

Ślepotą na zmiany

14 kwietnia 2012

Co się stanie gdy wrzucimy żabę do gotującej się wody?

Żaba będzie chciała jak najszybciej z niej wyskoczyć.

Co jednak się stanie gdy wodę o zwykłej temperaturze, w której pływa żaba zaczniemy podgrzewać?

Nic, żaba się ugotuje.

Oczywiście nie polecam, aby to sprawdzać osobiście. Zaufajmy tu obiegowej opinii na ten temat.

Ale jak jest z nami? Czy zawsze reagujemy na zmiany? Czy zawsze jesteśmy świadomi wszystkich zmian, które nieustannie zachodzą wokół nas? Czy zawsze zauważamy najważniejsze dla naszego życia wydarzenia? Czy jesteśmy całkowicie świadomi?

W psychologii występuje zjawisko, które określa się ślepotą na zmiany.

Zaobserwowano je w trakcie wielokrotnie przeprowadzanego w różnych warunkach i na różnych grupach eksperymentu. Ustalono, że nie jesteśmy w stanie zaobserwować wszystkich zmian, które się dokonują w naszym otoczeniu. I to nie byle jakich zmian. Chodzi nawet o te zmiany, które dzieją się w polu naszego widzenia.

Spektakularnym przykładem jest eksperyment, w którym: prowadzący rozdał kilkunastu uczestnikom pewien formularz do wypełnienia, po czym nie informując o tym uczestników, zamienił się z kolegą, który zebrał te formularze zamiast niego. Badanie wykazało, że około 75% uczestników nie zauważyło zamiany prowadzącego mimo, że wyglądał inaczej i ubierał się w odmienny sposób. Uwaga uczestników była skupiona gdzie indziej.

Psychologia tłumaczy to zjawisko tym, że ślepotą na zmiany pełni rolę adaptacyjną i chroni nas przed gromadzeniem zbyt dużej ilości danych. Nasz mózg nieustannie filtruje napływające informacje, co z jednej strony ułatwia nam bieżące funkcjonowanie, ale z drugiej strony powoduje, że duża część informacji umyka naszej uwadze.

Kto z tego korzysta?

Nagminnie korzystają z tego iluzjoniści. To właśnie stąd bierze się fenomen znikających lub pojawiających się w dłoniach przedmiotów, oraz wielu innych sztuczek.

Kto jeszcze?

Sprawny handlowiec rozmawia z klientem o tym co klienta interesuje, odpowiada na jego pytania, pozyskuje jego zaufanie, wspomina o części warunków opisanych w umowie i daje umowę do podpisu. W procesie sprzedaży handlowiec sprzedaje dwie rzeczy: siebie, czyli swój wizerunek godnego zaufania fachowca, oraz oczekiwania, czyli wyobrażenie klienta o produkcie lub usłudze, którą klient chce nabyć.

Uczciwy handlowiec da klientowi to czego on potrzebuje i nie sprzeda czegoś co klientowi nie jest niepotrzebne. Handlowcy z prowizyjnym systemem wynagrodzenia są nieustannie poddawani pokusie zmanipulowania klienta.

Ile razy zdarzyło się nam kupić coś w sprzedaży wiązanej? Coś czego nie zamierzaliśmy kupić idąc do marketu lub banku? Nigdy? Gratuluje, jesteś w mniejszości.

Gdzie jeszcze występuje to zjawisko?

Oczywiście w polityce. Co jakiś czas spotykamy się medialnym rozdmuchiwanym wydarzeń lub informacji, które mają przykryć inne, istotne, ale kontrowersyjne decyzje. Korzystają z tego rządy, oraz partie walczące między sobą o władzę. Bardzo dobrze można obserwować to zjawisko w trakcie kolejnych

kampanii wyborczych. Istotne jest zorganizowanie elektoratu wokół emocji a nie wokół programów. Emocje łatwiej docierają do ludzi, niż kilkustronicowe programy opracowane przez ekspertów.

I niestety nie ma w tym nic niezwykłego.

Kilka kadencji temu, w jednym z programów publicystycznych marszałek sejmu z rozbrajającą szczerością przyznał, że hasła wyborcze są tylko na okres kampanii wyborczej a potem przychodzi czas rządzenia. Była to odpowiedź na pytanie, dlaczego zwycięska partia wycofała się ze swojej sztandarowej obietnicy rezygnacji z finansowania swojej działalności z budżetu państwa.

Niepokojące w tym przypadku jest to, że my społeczeństwo wciąż jeszcze mamy małą świadomość mechanizmów jakie rządzą polityką i być może nigdy nie uzyskamy pełnej świadomości o tych mechanizmach.

A jak bywa w domu?

„Kochanie te ładne kwiatki są dla Ciebie, najpiękniejszej i najukochańszej kobiety mojego serca, a ten zapach to tylko trzy piwa, które z kolegami wypiliśmy.”

albo

„Kochanie jesteś taki słodki, męski i wspaniały. Popatrz jakie dziś sobie kupiłam modne buciki. Podobam Ci się?” (i tu Ona robi słodkie oczka)

albo

„Mamo, tato! Dostałem dziś szóstkę z angielskiego i piątkę z matematyki i podpiszecie mi uwagę za zachowanie. Padłem ofiarą strasznego nieporozumienia.”

Nie od dziś wiadomo, że złe wiadomości należy przekazywać z dobrymi, aby zniwelować niekorzystny efekt tych pierwszych.

Już dzieci bywają tego świadome.

Przytłoczeni masą informacji i bodźców, płynących z naszego otoczenia często nie dostrzegamy rzeczy ważnych i istotnych. Wydarzenia gwałtowane, nagłe, wywołujące emocje często otępiają nasze zmysły. Przykrywają istotny przekaz. Nieustanny szum informacyjny powoduje, że spada ostrość naszej percepcji i stajemy się mniej uważni i bardziej podatni na manipulacje.

Wiele osób z tego korzysta, a może i my sami.

Spróbujmy jednak być w tym uczciwi i chrońmy się przed manipulacjami innych.

A żaba?

Żaba jest drastycznym przykładem takiej ślepoty.

Tylko czemu w naszym języku funkcjonuje powiedzenie: „No i jesteśmy ugotowani”?

Autor: Marek Bemke

Źródło: [Media RP](#)