

HÀU HẾT  
KÝ ỨC CỦA  
BAN ĐỀU  
LÀ GIA

DAVID  
MERANNEY

BẠN

???

TẠI SAO BẠN LẠI CÓ  
QUÁ NHIỀU BẠN BÈ  
TRÊN FACEBOOK

Không  
Thơng  
minh

VÀ  
46  
CÁCH

KHÁC NHAU  
BẠN ĐANG SỬ  
DỤNG ĐỂ TỰ  
ĐÁNH LỬA  
BẢN THÂN

LẮM  
ĐẦU



VOLPDY DICH



K.E.A.O. 00001



NHÀ XUẤT BẢN  
THẾ GIỚI

# Mục lục

Lời giới thiệu: Về bạn

1. Mỗi tiềm thức
2. Chứng bịa chuyện
3. Thiên kiến xác nhận
4. Thiên lệch nhận thức muộn
5. Sự nguy biến của tay thiện xạ Texas
6. Sự trì hoãn
7. Sự ngộ nhận trạng thái bình thường
8. Nội quan
9. Tự nghiệm về sự phổ biến
10. Hiệu ứng bàng quan
11. Hiệu ứng Dunning-Kruger
12. Ảo quan
13. Lòng trung thành với thương hiệu
14. Lập luận dựa vào thẩm quyền
15. Lập luận từ sự thiếu hiểu biết
16. Nguy biến bù nhìn rơm
17. Nguy biến tấn công cá nhân
18. Nguy biến về thế giới công bằng
19. Trò chơi lợi ích chung
20. Trò chơi tối hậu thư
21. Sự xác nhận chủ quan
22. Sự truyền bá của các giáo phái
23. Tư duy tập thể
24. Tác nhân siêu kích thích
25. Sự tự nghiệm cảm xúc
26. Con số Dunbar
27. Bán rẻ
28. Thiên kiến tự đề cao
29. Hiệu ứng ánh đèn sân khấu
30. Hiệu ứng người thứ ba
31. Thanh tẩy
32. Hiệu ứng thông tin sai lệch



33. Sự phục tùng
34. Sự bùng phát cuối cùng
35. Sự lười biếng xã hội
36. Ảo giác về sự minh bạch
37. Sự bất lực tự nguyện
38. Nhận thức từ cảm giác thứ phát
39. Hiệu ứng mỏ neo
40. Sự chú ý
41. Sự tự chấp
42. Những lời tiên tri tự hoàn thành
43. Thời khắc
44. Thiên kiến về sự nhất quán
45. Sự tự nghiệm về tính đại diện
46. Sự trông đợi
47. Ảo giác về sự kiểm soát
48. Lỗi quy kết bản chất

Lời cảm ơn

## LỜI GIỚI THIỆU: VỀ BẠN

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn là một cá thể có lý trí, biết suy nghĩ logic, và luôn nhìn thế giới một cách khách quan.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn cũng chỉ là một kẻ hay tự dối mình như tất cả những người khác. Nhưng không sao, chính điều đó lại giúp bạn có trí óc lành mạnh.

---

Cuốn sách bạn đang cầm trên tay là một bản tóm tắt sơ lược về việc tự dối mình của con người và những cách tuyệt vời khiến tất cả chúng ta đều rơi vào cái bẫy đó.

Bạn tin rằng mình hiểu rõ quy luật vận hành của cuộc sống, nhưng sự thật là bạn chẳng biết gì hết. Trong suốt cuộc đời, bạn tự tạo nên những quan điểm, tự xâu chuỗi nên một câu chuyện về bản thân, về lý do cho những hành động trong quá khứ, và tất cả dẫn đến việc bạn đang đọc những dòng chữ này, ngay tại thời điểm này. Nhìn một cách tổng thể thì mọi thứ có vẻ rất thật.

Nhưng có một sự thật mất lòng là: Bộ môn tâm lý học nói riêng và ngành khoa học nhận thức nói chung đang ngày một thành công hơn trong việc chứng minh rằng chính bản thân bạn cũng chẳng nắm được tại sao mình lại làm những việc mà bạn vẫn làm, chọn những thứ mà bạn vẫn chọn, hay thậm chí là nghĩ những điều mà bạn vẫn nghĩ. Thay vào đó, bạn tự tạo ra những câu chuyện nhỏ để giải thích lý do cho việc bỏ cuộc giữa chừng

trong công cuộc ăn kiêng, tại sao bạn lại thích Apple hơn Microsoft, hay việc rõ ràng bạn nhớ rằng Beth là người đã kể cho bạn nghe câu chuyện chú hề với chiếc chân giả làm từ hộp súp rỗng, trong khi thực ra bạn được nghe từ Adam, và đó cũng chẳng phải là một chú hề.

Hãy dừng lại một chút và quan sát căn phòng bạn đang ngồi đi. Trong một khoảnh khắc thôi, hãy cảm nhận những công sức đã được bỏ ra để tạo nên mọi thứ xung quanh bạn, và cả những nỗ lực trong hàng thế kỷ qua để tạo tiền đề cho các phát minh đó.

Bắt đầu từ đôi giày bạn đang đi, cho tới cuốn sách bạn đang cầm trên tay, rồi hãy nhìn tới những máy móc đang hoạt động, nháy đèn và kêu bíp bíp khắp mọi góc ngách: lò vi sóng trong góc bếp, chiếc máy tính trên bàn làm việc, chiếc xe cứu thương đang hú còi ở con phố đằng xa. Trước khi chúng ta đi vào chủ đề chính, hãy dừng lại và ngẫm nghĩ về việc loài người đã giải quyết được biết bao vấn đề khó khăn trong cuộc sống và đã tạo nên vô vàn những thứ tuyệt vời xung quanh ta.

Những tòa nhà chọc trời và xe cộ, điện năng và ngôn ngữ – con người cũng thật đáng nể phải không? Chính thành công rực rỡ của trí tuệ loài người đã tạo nên những tiện nghi ngày nay. Khi nghĩ về điều đó, bạn sẽ dễ dàng chìm đắm trong niềm tin về trí thông minh của bạn cũng như của cả loài người.

Vậy mà bạn vẫn để chìa khóa trong xe. Bạn vẫn thường hay quên bég mắt mình đang định nói gì. Bạn ngày càng tăng cân. Bạn chẳng còn một xu dính túi. Những người khác cũng vậy. Từ khủng hoảng ngân hàng cho tới những vụ bê bối tình dục, chúng ta đều có những thời điểm thật là ngu ngốc.

Từ những nhà khoa học lỗi lạc nhất cho tới những người thợ khiêm tốn, bộ não của mỗi cá thể đều chứa đầy những định kiến và khuôn mẫu. Những

thứ này thường đánh lừa bộ não một cách khéo léo khiến chúng ta chẳng thể nhận ra được. Vậy nên đừng vội lo lắng, bạn không phải là trường hợp đặc biệt đâu. Dù thần tượng hay sư phụ của bạn có là ai đi chăng nữa, chính họ cũng thường xuyên mắc lỗi.

Ta sẽ lấy bài thí nghiệm *Sự Chọn Lựa Của Wason* làm ví dụ đầu tiên. Hãy tưởng tượng một nhà khoa học đưa ra 4 lá bài trước mặt bạn. Khác với những loại bài thông thường, những lá bài này có một mặt in số và một mặt in màu. Các lá bài theo thứ tự từ trái sang phải là lá số 3, số 8, lá màu đỏ và lá màu nâu. Nhà khoa học lấu cá này cho phép bạn quan sát 4 lá bài một lúc để ghi nhớ chúng rồi đưa ra câu hỏi như sau: “Bộ bài của tôi gồm toàn những lá bài kỳ lạ như thế này, nhưng chúng đều tuân theo một quy luật duy nhất. Nếu một lá bài có số chẵn ở một mặt, thì mặt còn lại chắc chắn sẽ là màu đỏ. Giờ thì bạn sẽ phải lật một hay những lá bài nào để kiểm chứng điều tôi vừa nói, sao cho số lá phải lật là ít nhất?”

Sao nào? Số 3, số 8, màu đỏ, hay màu nâu? Bạn sẽ lật lá nào?

Đây là một trong những thí nghiệm tâm lý học đơn giản nhất. Và nếu coi đây là một câu đố logic thì nó cũng chẳng hề khó. Vậy mà khi nhà tâm lý học Peter Wason thực hiện thí nghiệm này vào năm 1977, chỉ có dưới 10% số người tham gia trả lời chính xác. Trong thí nghiệm của mình, ông đã sử dụng các nguyên âm thay vì màu sắc; tuy nhiên ở những bài kiểm tra tương tự khi dùng màu sắc thì tỷ lệ số người trả lời sai vẫn không thay đổi.

Vậy câu trả lời của bạn là gì? Nếu đáp án của bạn là lật lá bài số 3 và màu đỏ, hoặc bạn chọn chỉ một trong hai lá số 8 hoặc màu nâu thì bạn thuộc số 90% đã làm sai bài này. Lật lá số 3 lên thì dù thấy màu đỏ hay màu nâu cũng chẳng chứng minh được gì. Bạn không có thêm thông tin nào cả. Nếu bạn lật lá màu đỏ và thấy một số lẻ thì điều đó cũng không vi phạm quy luật. Câu trả lời chính xác duy nhất cho bài đố logic này là lật cả 2 lá: lá số

8 và lá màu nâu. Nếu mặt sau của lá số 8 màu đỏ thì bạn mới chỉ chứng minh được quy luật ấy là đúng, chứ vẫn chưa biết được liệu nó có lỗ hổng nào không. Lúc này, nếu mặt còn lại của lá bài nâu là số lẻ thì nghĩa là quy luật đúng, còn nếu là số chẵn thì khẳng định ban đầu của nhà khoa học là sai. Chỉ 2 lá bài này mới có thể cho chúng ta câu trả lời chính xác. Một khi đã giải thích ra thì câu trả lời trở nên rất hiển nhiên.

Có câu đố nào đơn giản hơn câu đố với 4 lá bài và 1 quy luật này chứ? Vậy nếu có tới 90% số người tham gia đã trả lời sai thì làm thế nào mà con người có thể xây được thành Rome và tận diệt được bệnh bại liệt? Đây chính là chủ đề của cuốn sách này: Bạn bị giới hạn trong một số khuôn mẫu suy nghĩ nhất định, và cuộc sống quanh bạn là sản phẩm của việc sống chung với những khuynh hướng này, chứ không phải là chiến thắng và vượt qua chúng.

Quay trở lại với thí nghiệm trên, nếu bạn thay những con số và màu sắc trên các lá bài bằng các tình huống trực quan trong xã hội, câu đố bỗng dung trở nên dễ hơn nhiều. Hãy tưởng tượng nhà khoa học đưa ra một câu hỏi mới: “Bạn đang ngồi trong một quán bar, và luật pháp không cho phép bán đồ uống có cồn cho người dưới 21 tuổi. Tôi có một bộ bài in tuổi của khách trong quán bar ở một mặt và đồ uống người đó đang dùng ở mặt còn lại. Bạn sẽ phải lật một hoặc một vài lá trong số 4 lá bài dưới đây để biết được liệu chủ quán có đang vi phạm pháp luật hay không, sao cho số lá phải lật là ít nhất.” Và rồi nhà khoa học bày ra những lá bài như sau:

23 - Bia - Coca - 17

Giờ thì vấn đề có vẻ dễ hơn rất nhiều phải không? Lá bài *Coca* và 23 chẳng cho bạn biết điều gì đặc biệt cả. Tuy nhiên nếu cậu thanh niên 17 tuổi đang uống bia rượu, thì chủ quán đã phạm luật. Bạn cũng sẽ phải kiểm tra cả tuổi của người đang uống bia nữa phải không nào? Vậy là giờ bạn có thể dễ

dàng thấy được 2 lá bài cần phải được kiểm tra là *Bia* và *17*. Bộ não của bạn được lập trình để nhìn cuộc sống dễ dàng hơn dưới một số góc độ nhất định, ví dụ như về các vấn đề xã hội, nhưng lại kém hơn nhiều trong các mảng khác, như là câu đố logic với những lá bài được đánh số.

Đây sẽ là những điều bạn sẽ tìm thấy xuyên suốt trong cuốn sách này, kèm theo các giải thích khoa học và những điều để suy ngẫm, những nhận định của riêng tôi. Thí nghiệm *Sự Chọn Lọc Của Wason* đã cho thấy thực tế là chúng ta thường rất kém trong tư duy logic, nhưng lại rất giỏi vẽ ra những suy nghĩ nghe thì có vẻ hay ho trên lý thuyết, nhưng lại vớ vẩn khi đưa vào thực hành. Và khi điều đó xảy ra, chúng ta lại có khuynh hướng phớt lờ chúng. Con người luôn có một mong muốn mạnh mẽ là làm người đúng trong mọi trường hợp, và có một khát khao cháy bỏng hơn nữa là có thể nhìn thấy bản thân mình dưới ánh sáng tốt đẹp nhất ở cả góc độ tâm lý lẫn hành vi. Bởi vậy chúng ta thường xuyên lợi dụng và đánh lừa chính trí não của mình để có thể thỏa mãn điều này.

Ba chủ đề chính trong cuốn sách này là thiên kiến nhận thức, sự tự nghiệm và những phương pháp ngụy biện. Đây là những thành phần cấu tạo nên tâm trí của bạn, giống như các bộ phận trong cơ thể vậy. Trong điều kiện lý tưởng thì chúng sẽ phục vụ bạn một cách đắc lực. Tuy nhiên, đời không như là mơ, và chúng ta chẳng mấy khi được sống trong điều kiện lý tưởng cả. Những thành phần này của tâm trí con người rất dễ bị bắt bài và có tính phụ thuộc cao nên đã bị lợi dụng từ hàng trăm năm nay bởi những kẻ lừa đảo, các ảo thuật gia, con buôn, ông bà đồng, hay bọn bán thuốc giả để kiếm lời. Phải cho tới khi bộ môn tâm lý học phát triển và đưa ra những phương pháp khoa học chặt chẽ để nghiên cứu về hành vi con người thì việc tự lừa dối bản thân mới được phân loại và định lượng.



— **Thiên kiến nhận thức** (*Cognitive biases*) là những khuôn mẫu suy nghĩ và hành xử thường dẫn bạn tới kết luận sai lầm. Khi chào đời, bạn, cũng như tất cả mọi người, đều phải bước vào một thế giới đã được lập trình sẵn những phương cách nhận thức đầy sai lệch này, và chẳng mấy ai nhận ra chúng. Nhiều thiên kiến có tác dụng giúp bạn tự tin trong cuộc sống hàng ngày và không tự coi mình là một kẻ đần độn. Việc giữ hình tượng có vẻ quan trọng với trí não con người đến mức nó đã phát triển một loạt những công cụ để khiến bạn luôn tự cảm thấy thỏa mãn với bản thân. Thường thì những thiên kiến nhận thức này sẽ dẫn tới những lựa chọn sai lầm, những đánh giá tồi tệ và những ý kiến ngớ ngẩn rất xa với sự thật. Ví dụ: Bạn có xu hướng tìm kiếm những thông tin củng cố cho một niềm tin nào đó của bản thân, trong khi lại thường lơ đi những thông tin trái nghịch với nó. Điều này được gọi là **thiên kiến xác nhận** (*confirmation bias*). Những quyển sách bạn đang có trên kệ và những trang bạn đánh dấu trên trình duyệt cá nhân là hệ quả trực tiếp của thiên kiến này.

— **Sự tự nghiệm** (*Heuristics*) là những con đường tắt trong tâm trí mà bạn sử dụng để giải quyết các vấn đề thường gặp trong cuộc sống. Chúng giúp tăng tốc độ xử lý của não bộ, nhưng đôi lúc khiến bạn nghĩ quá nhanh và bỏ qua những chi tiết quan trọng. Thay vì chọn con đường dài và suy ngẫm thật cẩn thận về vấn đề để tìm ra giải pháp hợp lý nhất, hoặc đạt được một suy nghĩ đúng đắn nhất, bạn thường dùng sự tự nghiệm để đi tới kết luận trong khoảng thời gian cực ngắn. Một số sự tự nghiệm là học được, số khác lại được cài đặt sẵn trong mỗi phiên bản bộ não của con người. Khi sử dụng đúng cách thì chúng giúp cho tâm trí của chúng ta được thanh thoi và hoạt động hiệu quả hơn. Nhưng có những lúc chúng lại khiến ta nhìn nhận cuộc sống một cách quá đơn giản. Ví dụ như khi bạn thấy số lượng các bài báo về việc cá mập tấn công người bỗng tăng đột biến, bạn sẽ có xu hướng tin rằng có điều gì đó đang kích thích lũ cá mập và khiến chúng cắn người

nhiều hơn, mặc dù điều duy nhất mà bạn thực sự biết chỉ đơn giản là các hãng thông tấn đang đưa tin về vấn đề này nhiều hơn bình thường mà thôi.

— **Ngụy biện** (*Logical fallacies*) giống như việc giải một bài toán sử dụng ngôn từ, và bạn bỏ qua một vài bước quan trọng, hoặc là bị mắc bẫy mà không biết. Chúng là những lý lẽ bạn tự đưa ra trong tâm trí để dẫn tới một kết luận khi không biết hết tất cả những thông tin liên quan tới vấn đề. Có thể là do bạn đã không để ý và bỏ qua những thông tin đó, hoặc là bởi bạn không nhận thức được sự hạn chế của lượng thông tin bạn đang nắm trong tay. Và thế là bạn trở thành một thám tử vụng về. Ngụy biện còn có thể là hệ quả của những mơ tưởng không thực tế. Có những lúc bạn đưa ra được những lập luận tốt, nhưng chính những cơ sở thông tin và giả thiết ban đầu lại không chính xác, và khi khác thì bạn lại áp dụng những lập luận sai lầm trên nền sự thật. Giả sử thế này, bạn nghe được một thông tin ở đâu đó nói rằng Albert Einstein không bao giờ ăn trứng chiên và đưa ra kết luận rằng trứng chiên là một món không tốt cho sức khỏe. Đây được gọi là **lập luận dựa vào thẩm quyền** (*argument from authority*). Lúc này bạn tin rằng một người siêu thông minh như Einstein thì mọi quyết định của ông đều đúng đắn, nhưng biết đâu sự thật chỉ đơn giản là do ông không thích vị trứng chiên mà thôi.

Qua mỗi chủ đề trong sách này, bạn sẽ có được những cách nhìn nhận mới về bản thân. Rồi dần dần bạn sẽ nhận thấy rằng bạn chẳng thông minh như vẫn tưởng đâu. Với một lô lôc những thiên kiến nhận thức lệch lạc, những phương pháp tự nghiệm cầu thả và những lập luận ngụy biện vụng về, bạn đang tự đánh lừa bản thân mình từng phút một chỉ để đối mặt với thực tại của cuộc sống này.

Đừng sợ. Sẽ vui lắm đó.

## MỖI TIỀM THỨC

---

### BẠN VẤN TƯỞNG

Bạn biết rõ khi nào mình chịu tác động của một điều gì đó, và nó ảnh hưởng tới hành vi của bạn ra sao.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn hoàn toàn không ý thức được về việc mình liên tục bị tác động bởi các ý tưởng do chính tiềm thức của mình tạo ra.

---

Bạn đang lái xe về nhà và chợt nhận ra rằng mình đã quên mua nước sốt rau, thứ vốn dĩ là lý do chính khiến bạn phải cất công lấy xe đi ra siêu thị. Thôi thì bạn cũng có thể mua ở cửa hàng tạp hóa cạnh trạm xăng kế tiếp. Mà thôi, để lần sau vậy. Suy nghĩ về nước sốt khiến bạn trầm ngâm về giá xăng dầu, dẫn tới đắn đo về những hóa đơn đang còn nợ, từ đó lại nghĩ về việc liệu bạn có thể mua được một chiếc TV mới không, và TV lại gợi nhớ về cái lần mà bạn ngồi xem một mạch hết cả một mùa phim *Battlestar Galactica*. Cái quái gì thế này? Bạn đã về tới nhà và chẳng còn có chút ký ức nào về hành trình vừa diễn ra.

Bạn vừa mới lái xe về nhà trong trạng thái thôi miên trên cao tốc. Ở trạng thái đó trí óc và cơ thể của bạn dường như tách riêng ra và di chuyển song song với nhau. Khi dừng xe tắt máy, bạn trở lại bình thường. Trạng thái này nhiều khi còn được gọi là sự thôi miên dây chuyền, do nó miêu tả trạng thái bị rơi vào thế giới tâm trí riêng, như những công nhân làm việc trong dây chuyền sản xuất công nghiệp với các thao tác lặp đi lặp lại nhằm

chán. Ở trạng thái này, sự tỉnh táo dần trôi đi, những hoạt động tay chân được đặt vào chế độ tự động, và phần còn lại của tâm trí được tự do suy nghĩ vẩn vơ.

Trải nghiệm chủ quan của bạn luôn được đưa vào hai phần: ý thức và tiềm thức. Ngay lúc này đây, bạn đang thở, chớp mắt, nuốt nước bọt, giữ nguyên tư thế, và giữ cho miệng ngậm trong khi đang đọc cuốn sách này. Bạn có thể lôi những hoạt động trên vào vùng kiểm soát ý thức, hoặc cứ để hệ thần kinh tự chủ điều hành một cách tự động. Bạn có thể chủ động lái xe xuyên đất nước, luôn tập trung vào những thao tác đạp ga, bẻ lái, đưa ra hàng triệu những quyết định nhỏ cần thiết để tránh gặp tai nạn thảm khốc trên đường cao tốc, hoặc bạn cũng có thể vừa lái vừa hát vang với những người bạn ngồi trên xe, trong khi để nhiệm vụ lái xe cho những phần tự động của bộ não xử lý. Bạn chấp nhận phần tâm trí tiềm thức này như một phần thiết yếu kỳ lạ của bản thân, nhưng lại thường coi nó là một thực thể nguyên sơ riêng biệt, nằm bên dưới lớp ý thức, và chẳng gây ảnh hưởng gì tới hành động của bạn.

Khoa học đã cho thấy điều ngược lại.

Một ví dụ tuyệt vời chứng minh cho tác động mạnh mẽ của tiềm thức đã được đưa ra trong nghiên cứu của Chen-Bo Zhong tại Đại học Toronto và Katie Liljenquist tại Đại học North Western. Nghiên cứu này đã được xuất bản trong một bài báo trên tạp chí chuyên đề *Science*, số ra năm 2006. Trong nghiên cứu này, hai nhà khoa học đã yêu cầu những người tham gia kể về một lỗi lầm khủng khiếp trong quá khứ, một việc họ đã làm trái với đạo lý. Các nhà nghiên cứu đã để những người này miêu tả về cảm giác của bản thân, sau đó bảo một nửa số người tham gia đi rửa tay. Cuối buổi, họ hỏi những người này có sẵn lòng tham gia một nghiên cứu không trả công để giúp đỡ một nghiên cứu sinh nghèo hay không. 74% trong số những

người không rửa tay đồng ý tham gia, trong khi đó, ở nhóm đã đi rửa tay thì con số này chỉ là 41%. Theo như phân tích của các nhà nghiên cứu thì nhóm này đã *rửa đi* cảm giác tội lỗi của mình một cách vô thức và nhu cầu làm việc thiện để sám hối đã bị giảm bớt.

Các đối tượng nghiên cứu không thực sự gột rửa cảm giác tội lỗi của mình và cũng không hề ý thức rằng mình đã làm vậy. Việc rửa ráy có ý nghĩa rộng lớn hơn là động tác giữ vệ sinh đơn thuần. Theo Zhong và Liljenquist, hầu hết các nền văn minh trong lịch sử đều sử dụng các ý niệm về sự sạch sẽ và thanh khiết cùng những từ đối nghịch diễn tả sự bẩn thỉu hay ô uế để nói về cả trạng thái vật chất lẫn tinh thần của con người. Rửa sạch là một phần không thể thiếu trong nhiều nghi lễ tôn giáo, và cũng là từ được dùng với ý nghĩa ẩn dụ trong ngôn ngữ hàng ngày. Giống như việc chúng ta hay so sánh những việc xấu xa là *việc làm bẩn thỉu*, hay gọi những kẻ xấu là *lũ cặn bã* vậy. Thậm chí, khi cảm thấy phẫn nộ vì hành vi xấu xa của người khác, gương mặt bạn cũng sẽ mang biểu cảm như khi nhìn thấy cái gì đó gớm ghiếc. Một cách vô thức, những người tham gia thí nghiệm này đã kết nối việc rửa tay với tất cả những ý niệm có liên hệ tới hành động này, và sự liên hệ đó đã ảnh hưởng lên hành vi của họ.

Việc một tác nhân trong quá khứ ảnh hưởng đến cách mà bạn hành xử, suy nghĩ, hay nhìn nhận các sự việc khác sau này được gọi là môi tiềm thức. Mỗi nhận thức bạn có về thế giới xung quanh, dù bạn có ý thức được về nó hay không, cũng sẽ kích hoạt một loạt những ý niệm có sẵn trong não bộ. Bút chì khiến bạn nghĩ tới bút máy. Bảng đen làm bạn liên tưởng tới lớp học. Điều này xảy ra mọi lúc mọi nơi, và mặc dù bản thân bạn không nhận ra, nó vẫn tác động đáng kể lên hành vi của bạn.

Một trong những nghiên cứu chỉ ra được sức ảnh hưởng mạnh mẽ của tiềm thức lên suy nghĩ và hành vi của bạn, cũng như chứng minh được rằng

thực chất, bạn rất dễ bị thao túng bởi môi tiềm thức đã được Aaron Kay, Christian Wheeler, và John Barghand Lee Ross thực hiện vào năm 2003. Người tham gia đã được chia thành hai nhóm và được giao nhiệm vụ nổi hình ảnh với từ miêu tả. Một nhóm làm việc với những hình ảnh trung tính như con điều, cá voi, gà tây, v.v. Nhóm còn lại thì được giao cho những bức hình và miêu tả của các đồ vật liên quan tới giới kinh doanh như cặp tài liệu hay bút máy. Sau đó, tất cả được đưa vào những căn phòng riêng và được phổ biến rằng họ sẽ xếp cặp với một người tham gia khác. Thực chất thì người tham gia thứ hai này là diễn viên và biết hết về thí nghiệm đang diễn ra. Sau khi ổn định, người tham gia được thông báo rằng họ sẽ được chơi một trò chơi với phần thưởng lên tới 10 đô-la. Các nhà nghiên cứu đưa ra một chiếc cốc với hai mẫu giấy, một ghi là *đề nghị*, mẫu còn lại ghi *quyết định*. Ai bốc được mẫu giấy *đề nghị* sẽ được nhận cả 10 đô-la và được tùy ý lựa chọn cách chia số tiền này với người còn lại. Người bắt được lá thăm *quyết định* sẽ có quyền quyết định xem có chấp nhận đề nghị chia chác đó hay không. Nếu họ từ chối thì cả hai sẽ chẳng được gì. Đây được gọi là trò chơi tối hậu thư. Nhờ có tính dễ phỏng đoán nên nó đã trở thành công cụ ưa thích của các nhà tâm lý học và kinh tế học. Những lời đề nghị chia chác dưới 20% tổng giá trị giải thưởng thường sẽ bị từ chối ngay.

Tất cả các đối tượng tham gia trong thí nghiệm này đều không biết rằng cả hai lá thăm trong cốc đều ghi là *đề nghị*, và diễn viên sẽ giả bộ như họ đã bốc được mẫu giấy *quyết định*. Như vậy là tất cả những người tham gia đều bị đặt vào tình huống phải đưa ra một đề nghị sao cho hợp lý, không thì họ sẽ bỏ lỡ chút tiền chùa. Và kết quả đáng kinh ngạc của thí nghiệm này đã giúp các nhà nghiên cứu có thể khẳng định chắc chắn về sự tồn tại của môi tiềm thức.

Vậy hai nhóm tham gia khác nhau thế nào? Kết quả là trong nhóm làm việc với những hình ảnh trung tính trước khi chơi trò tối hậu thư, 91% số



người đã chọn chia đều số tiền. Trong khi đó, ở nhóm còn lại, sau khi xử lý những hình ảnh liên quan tới giới doanh nhân, chỉ có 33% đưa ra đề xuất chia đều. Số còn lại cố chia sao cho mình được nhiều hơn một chút.

Các nhà khoa học đã tiếp tục thực hiện thí nghiệm này một lần nữa, nhưng với đồ vật thật thay vì hình ảnh và từ miêu tả. Họ cho một nhóm người chơi trò tối hậu thư trên trong một căn phòng có đầy những đồ vật liên quan tới giới kinh doanh: một chiếc cặp da và bộ hồ sơ để trên bàn, kèm theo những chiếc bút máy trong ống bút. Nhóm còn lại thì ngồi trong căn phòng với các đồ vật trung tính như balo, hộp bìa, bút chì gỗ. Lần này thì 100% những người trong nhóm trung tính đưa ra đề xuất chia đều số tiền, trong khi chỉ 50% số người trong nhóm còn lại làm như vậy. Một nửa trong số những người ngồi gần các đồ vật gợi nhớ tới việc kinh doanh đã cố gắng để mình được lợi nhiều hơn đối phương.

Khi được hỏi về lý do cho hành vi của mình trong thí nghiệm, tất cả những người tham gia đều không hề nhắc tới các đồ vật có trong phòng. Thay vào đó, họ nói về những vấn đề khác, ví dụ như về cảm xúc tức thời của họ, hay là quan niệm thế nào là công bằng và bất công. Một số người còn miêu tả về ấn tượng của họ với đối phương, và cho rằng chính điều này đã ảnh hưởng lên quyết định họ đưa ra.

Chỉ một sự tiếp xúc đơn thuần với những chiếc cặp da và bút máy đắt tiền đã có thể khiến cho hành vi của những con người bình thường bị ảnh hưởng tới như vậy. Họ trở nên cạnh tranh hơn, tham lam hơn, và bản thân không hề nhận ra điều đó. Khi đối mặt với việc phải giải thích, họ cố gắng hợp lý hóa hành vi của mình bằng những lý do không có thật mà họ tự tưởng tượng ra.

Nhóm các nhà khoa học đó tiếp tục làm lại thí nghiệm trên theo các cách khác. Họ cho người tham gia chơi trò điền chữ cái còn thiếu. Và một

lần nữa, 70% số người trong nhóm có tiếp xúc với tác nhân liên quan tới việc kinh doanh đã điền những từ như *cạnh tranh* thành *cạnh tranh*, trong khi chỉ có 42% trong nhóm còn lại đưa ra đáp án tương tự. Khi được cho xem một cuộc hội thoại không rõ ràng giữa hai nhân vật nam đang cố gắng tìm tiếng nói chung, những người trong nhóm thứ nhất cho rằng đó là một cuộc thương lượng, trong khi nhóm thứ hai lại nghĩ hai nhân vật đang cố gắng thỏa hiệp. Trong mọi thí nghiệm, tâm trí của những người tham gia đều đã bị ảnh hưởng bởi môi trường.

Tất cả những vật thể bạn gặp trong cuộc sống đều có khả năng kích hoạt một loạt những liên hệ chớp nhoáng trong tâm trí. Bạn không phải là một chiếc máy tính nối với hai cái camera. Thực tế cũng không phải là một khoảng chân không, nơi bạn có thể quan sát rõ ràng mọi thứ hiện hữu ở xung quanh mình. Mỗi giây trôi qua, chính bản thân bạn cũng đang xây dựng một thực tế riêng trong tâm trí mình, sử dụng những ký ức và cảm xúc xoay quanh khả năng cảm thụ và nhận thức; tất cả những điều này tạo nên một chuỗi dài ý thức chỉ tồn tại trong hộp sọ của bạn mà thôi. Một số vật thể có ý nghĩa tinh thần, ví dụ như chiếc nhẫn đồ chơi người bạn thân nhất tặng bạn hồi trung học, hay như đôi găng len do chị gái bạn đan. Những thứ khác có ý nghĩa văn hóa hoặc ý nghĩa phổ biến, ví dụ như mặt trăng, một con dao, hay một chùm hoa nhỏ. Chúng luôn ảnh hưởng tới bạn, dù bạn có để ý hay không, và nhiều khi chúng len lỏi quá sâu vào bộ não khiến cho bạn chẳng bao giờ nhận ra được.

Một phiên bản khác của thí nghiệm nói trên sử dụng mùi hương. Vào năm 2005, nhà nghiên cứu Hank Aarts tại Đại học Utrecht đã cho những người tham gia trả lời một bảng những câu hỏi. Sau khi trả lời xong thì họ sẽ được ăn một chiếc bánh quy. Nhóm thứ nhất thực hiện thí nghiệm trong một căn phòng thoang thoảng mùi của chất tẩy rửa, trong khi nhóm thứ hai ngồi trong một căn phòng không có mùi gì. Kết quả là những người thuộc

nhóm bị môi bởi mùi chất tẩy rửa sau khi ăn bánh đã lau chùi nhiều gấp 3 lần so với nhóm còn lại.

Hay như trong nghiên cứu của Ron Friedman, đối tượng tham gia chỉ được nhìn thấy chứ không được phép uống nước tăng lực hoặc nước đóng chai. Và kết quả cho thấy những người được tiếp xúc với hình ảnh của nước tăng lực có khả năng chịu đựng các bài tập yêu cầu thể lực lâu hơn so với nhóm còn lại.

Mỗi tiềm thức sẽ có tác dụng nhất khi bạn ở trong trạng thái lái tự động, hay chính xác hơn là khi bạn không cố gắng chủ động đưa ra các lựa chọn để điều khiển hành vi của mình. Khi mà bạn không chắc là mình phải làm gì thì những ý tưởng gợi ý sẽ trôi lên từ phần sâu thẳm trong tâm trí, nơi luôn chịu tác động mạnh mẽ của môi tiềm thức. Thêm nữa, bản thân bộ não của bạn rất ghét sự nhập nhằng nên nó sẽ chấp nhận việc chọn con đường ngắn nhất để thoát khỏi trạng thái lưỡng lự. Khi không có phương án nào rõ ràng thì bạn sẽ chọn trong số những cái có sẵn. Khi không nhận ra được khuôn mẫu nào, bạn sẽ tự tạo một khuôn mẫu riêng. Trong những thí nghiệm nói trên, bộ não của những người tham gia đã bị đặt vào tình huống nơi không có gì cụ thể để sử dụng làm manh mối quyết định trạng thái của tiềm thức, nên nó đã tập trung vào những vật thể liên quan tới kinh doanh và mùi hương của sản phẩm tẩy rửa. Vấn đề duy nhất là phần ý thức của những đối tượng tham gia không nhận ra được điều đó.

Bạn không thể tự môi bản thân, ít nhất là không thể làm điều đó một cách trực tiếp. Việc này phải diễn ra trong tiềm thức; chính xác hơn thì nó phải diễn ra trong trạng thái được các nhà tâm lý học gọi là **tiềm thức thích nghi** (*adaptive unconscious*). Đây là vùng lãnh địa trong tâm trí mà ý thức của bạn ít khi xâm nhập vào được. Khi bạn lái xe đường dài, chính phần tiềm thức thích nghi là nơi diễn ra hàng triệu những tính toán cần thiết, dự

đoán các tình huống, đưa ra những vi quyết định, điều chỉnh cảm xúc và điều hòa các cơ quan trong cơ thể. Nó làm hết tất cả những việc nặng nhọc, để phần tâm trí có ý thức của bạn tự do suy nghĩ mạch lạc và đưa ra những quyết định ở tầm vĩ mô. Có thể nói rằng: Trong bạn lúc nào cũng tồn tại hai tâm trí cùng lúc, một phần là ý thức duy lý ở bậc cao, và phần còn lại là tiềm thức cảm xúc lẫn khuất ở bậc thấp.

Nhà khoa học Jonah Lehrer đã viết rất kỹ về sự phân chia này trong cuốn sách của mình – *How We Decide (Chúng Ta Quyết Định Như Thế Nào.)* Dưới cái nhìn của Lehrer, hai phần trong tâm trí là bình đẳng, và chúng luôn giữ một mối liên lạc chặt chẽ, luôn tranh luận về từng hành động và quyết định của bạn. Những vấn đề đơn giản, liên quan tới những yếu tố biến thiên không quen thuộc sẽ được giải quyết một cách tốt nhất bởi phần tâm trí có ý thức. Phải là các vấn đề đơn giản, bởi vì phần não bộ có ý thức của bạn chỉ có khả năng xử lý từ 4 tới 9 mẫu thông tin trong cùng một khoảnh khắc. Không tin ư? Ví dụ nhé: Bạn thử nhìn vào chuỗi các chữ cái dưới đây chỉ trong 1 giây rồi sau đó nhắm mắt và đọc lại chúng xem.

RKFBIIIRSCBSUSSR

Trừ khi bạn cực kỳ nhanh trí, không thì đó là một nhiệm vụ bất khả thi. Nhưng hãy thử chia các ký tự trên thành nhóm nhỏ, bạn sẽ thấy khác đi nhiều:

RK FBI IRS CBS USSR

Thử nhìn lại một lần nữa rồi nhắm mắt đọc xem. Dễ hơn nhiều phải không? Bạn vừa mới biến 15 mẫu thông tin rồi rạc thành 5 mẫu dễ xử lý hơn. Và bạn vẫn làm điều này một cách vô thức với mọi thứ trong cuộc sống. Bạn luôn có những cách để rút gọn một chuỗi thông tin dài thành một phiên bản gọn gàng dễ nhớ hơn so với thực tế. Đó cũng chính là lý do tại sao việc phát minh ra chữ viết lại trở thành một cột mốc vô cùng quan trọng trong lịch sử

loài người. Nó cho phép bạn ghi lại và lưu giữ thông tin vượt quá khả năng xử lý của bộ não bình thường. Nếu những công cụ như bút viết, máy tính, hay thước dây không được phát minh thì trí não của bạn sẽ gặp rất nhiều khó khăn.

Phần tiềm thức cảm xúc của não bộ, theo quan điểm của Lehrer, là phần phát triển từ xa xưa hơn, và vì thế tiến hóa hơn so với phần tâm trí có ý thức. Để đưa ra những quyết định khó khăn hơn và quản lý quá trình xử lý tự động của những hoạt động vô cùng phức tạp như nhào lộn hay nhảy breakdance, hát đúng tông hay tráo bài thì phần tiềm thức là phần phù hợp hơn. Những hoạt động này tưởng chừng đơn giản, nhưng chúng là một chuỗi những tính toán với vô số yếu tố biến thiên, quá nhiều để phần não có ý thức có thể xử lý được. Bởi vậy bạn đẩy việc này qua cho phần tiềm thức thích nghi. Những loài động vật với vỏ não ít phát triển, hoặc không có vỏ não, thì hầu như chỉ hoạt động ở chế độ tự động bởi vì phần trí não cảm xúc của chúng thường hoặc luôn luôn nắm vai trò chủ đạo. Trí não cảm xúc, hay tiềm thức thích nghi, là một phần rất cổ xưa và mạnh mẽ trong cấu trúc não bộ, là phần thiết yếu tạo nên bạn, không kém gì phần tư duy ý thức cả, chỉ khác là hoạt động của nó không thể được quan sát hay liên hệ tới ý thức một cách trực tiếp. Thay vào đó, kết quả đưa ra thường là trực giác và cảm xúc. Nó lúc nào cũng hiện diện ở phần nền trong tâm trí của bạn và cùng xử lý thông tin với phần ý thức. Luận điểm trung tâm của Lehrer là “Bạn biết nhiều hơn bạn nghĩ.” Sai lầm của bạn là tin rằng chỉ có phần ý thức mới điều khiển được hành vi, nhưng thực tế cho thấy tiềm thức ảnh hưởng rất lớn đến mỗi hành động và suy nghĩ của bạn. Trong cuốn sách này, tôi muốn đưa ra thêm một luận điểm bổ sung cho Lehrer: “Bạn không ý thức được mức độ thiếu ý thức của bản thân.”

Ở góc khuất tiềm thức, tất cả các kinh nghiệm bạn có luôn được nhào nặn để đưa ra những gợi ý cho ý thức. Chính nhờ điều này mà khi gặp một

tình huống quen thuộc, bạn luôn có thể tin tưởng vào trực giác của mình. Nhưng nếu đó là một tình huống mới, tư duy ý thức của bạn sẽ hoạt động mạnh hơn. Trạng thái thôi miên trên cao tốc luôn bị phá vỡ khi bạn rẽ vào một con đường mới. Điều này cũng đúng với mọi tình huống khác trong cuộc sống. Bạn luôn dao động giữa hai trạng thái: cảm xúc và lý trí, tự động và chủ động.

Con người bạn là một cá thể lớn và phức tạp hơn nhiều so với hình dung của chính bản thân bạn. Nếu hành vi của bạn là kết quả của mỗi tiềm thức, là kết quả của những gợi ý tiềm ẩn được đưa ra bởi tiềm thức thích nghi, bạn sẽ sáng tác ra những lý do để giải thích và hợp lý hóa cảm xúc, quyết định, hay sự mơ màng của mình, bởi chính bản thân bạn cũng không biết tới sự tồn tại của những ảnh hưởng vô hình này.

Ví dụ, khi ôm một người bạn yêu quý rồi cảm nhận được dòng cảm xúc ấm áp dâng trào, bạn đã chủ động thực hiện một hành động khiến cho phần não cổ xưa trong bạn tiết ra những hormone hạnh phúc. Ảnh hưởng thuận chiều như thế này rất dễ hiểu phải không?

Dù vậy, những ảnh hưởng theo chiều ngược lại có vẻ rất kỳ lạ. Như khi bạn ngồi cạnh một chiếc cặp da và hành xử một cách tham lam hơn bình thường, cứ như thể trung tâm lý trí của bộ não gạt đầu đồng tình với một cổ vắn vô hình đang thì thầm vào tai bạn vậy. Điều này có vẻ không thật và khá đáng sợ bởi vì nó quá bí ẩn. Những kẻ muốn gây ảnh hưởng lên bạn rất nhạy cảm với điều này, và luôn cố gắng tránh để bạn nhận ra rằng mình đang bị lừa. Mỗi tiềm thức chỉ có thể có tác dụng khi bạn không ý thức được sự tồn tại của nó, và những kẻ kiếm lời từ việc này phải làm mọi cách để che giấu nó.

Hãy thử nhìn vào các sông bạc. Chúng thực sự là những ngôi đền của nghệ thuật mỗi tiềm thức. Ở mọi góc ngách bạn đều có thể nghe thấy

những tiếng *ding ding*, âm nhạc, tiếng leng xeng của tiền xu, đầy rẫy những biểu tượng của sự giàu sang phú quý. Tuyệt hơn nữa, sòng bạc là một cái hộp kín mà khi bước vào, bạn sẽ mất hết ý niệm về thời gian, trong đó cũng không có một mẫu quảng cáo nào cho thứ mà sòng bạc không cung cấp. Đây là một tập hợp của chuỗi những môi nhử nội bộ vô cùng hấp dẫn, và bạn sẽ chẳng có lý do gì để bước ra khỏi đó cả, dù là để ăn, ngủ hay vì bất kỳ nhu cầu nào khác. Sòng bạc sẽ đáp ứng tất cả, và không có một môi tiềm thức ngoại vi nào có thể lọt vào đó.

Coca-Cola đã khám phá ra sức mạnh của miếng môi mang tên *ông già Noel* lên tiềm thức của bạn vào dịp lễ tết. Những ký ức hạnh phúc thời ấu thơ và một gia đình đầm ấm hiện ra trong tiềm thức bạn khi bạn lựa chọn giữa Coca-Cola và một nhãn hàng khác. Các cửa hàng cũng nhận ra mùi bánh mỳ mới nướng khiến khách hàng mua nhiều thực phẩm hơn, dẫn đến việc doanh thu tăng vọt. Thêm chữ *100% tự nhiên* hoặc gắn hình ảnh một nông trại xanh mướt khiến cho bạn nghĩ về thiên nhiên, dập tan những ý nghĩ về nhà máy chế biến và các loại chất bảo quản. Các công ty truyền hình và tập đoàn lớn mời các khách hàng tiềm năng bằng hình ảnh, thương hiệu để khiến bạn tương tác trước khi kịp đánh giá họ. Các nhà sản xuất phim bỏ ra hàng triệu đô-la để sản xuất những đoạn quảng cáo và những tấm áp phích nổi bật để tạo ấn tượng ban đầu thật tốt, từ đó môi bạn yêu thích bộ phim theo cách mà họ đã định sẵn từ trước cả khi công chiếu. Từ các nhà hàng với nội thất sang trọng đến những quán ăn mang phong cách hippie, mục đích cuối cùng cũng chỉ để nhử bạn vào và gọi món. Ở mọi góc ngách trên thế giới, những người làm quảng cáo luôn tấn công tiềm thức của bạn bằng hàng loạt những công cụ tinh xảo khác nhau để khiến hành vi của bạn có lợi hơn cho khách hàng của họ.

So với các nhà tâm lý học, giới doanh nhân phát hiện ra phương pháp môi tiềm thức từ trước đó rất lâu rồi. Nhưng chính nhờ những nghiên cứu

của giới khoa học về tâm trí con người, ngày càng có nhiều những ví dụ về hoạt động tự động vô thức được đưa ra, và cho đến giờ, chúng ta vẫn không rõ bao nhiêu phần trong hành vi thực sự do lý trí kiểm soát.

Câu hỏi về việc phần tâm trí nào mới thực sự đang cầm lái đã trở nên phức tạp hơn nhiều qua một loạt các bài nghiên cứu được xuất bản bởi John Bargh trên *Journal of Personality and Social Psychology* (Tập chí về Tính cách và Tâm lý học Xã hội) vào năm 1996.

John Bargh đã sử dụng một số sinh viên của Đại học New York làm đối tượng nghiên cứu của mình, đưa họ nhiệm vụ sắp xếp lại 30 câu khác nhau, mỗi câu gồm 5 từ. Ông nói với họ rằng đây là một nghiên cứu về khả năng ngôn ngữ, nhưng thực chất ông đang làm thí nghiệm về môi tiềm thức. Các sinh viên được tập hợp thành 3 nhóm. Nhóm thứ nhất làm việc với những câu gồm những từ thể hiện sự gây hấn hoặc thô lỗ như *trơ tráo*, *quấy rầy*, hay *huých toẹt*. Nhóm thứ hai làm việc với những từ thể hiện phép lịch sự như *nhã nhặn* hay *phải phép*. Nhóm thứ ba là nhóm đối chứng với những từ không liên quan tới nhau như *vui vẻ*, *chuẩn bị*, hay *tập dượt*.

Những người điều hành hướng dẫn ba nhóm sinh viên cách hoàn thành nhiệm vụ của mình, và dặn họ đi nhận nhiệm vụ tiếp theo sau khi làm xong. Thực ra đây mới là thí nghiệm thực sự. Khi các sinh viên nói trên hoàn thành việc của mình, họ tới tìm người điều hành. Người này vờ thảo luận với một diễn viên đóng giả là sinh viên tham gia thí nghiệm và đang gặp khó khăn với đề bài. Người điều hành có nhiệm vụ phớt lờ hoàn toàn các sinh viên và tiếp tục nói chuyện với diễn viên cho tới khi họ chen ngang, hoặc là 10 phút đã trôi qua.

Kết quả là gì? Trung bình, những sinh viên trong nhóm thứ hai chờ 9,3 phút trước khi chen ngang; nhóm đối chứng chịu đựng được trung bình 8,7 phút, trong khi đó nhóm tiếp xúc với những từ thể hiện sự thô lỗ chỉ chờ



được trung bình là 5,4 phút. Điều khiến cho các nhà khoa học ngạc nhiên là có tới 80% số sinh viên trong nhóm *lịch sự* chờ hết khoảng thời gian giới hạn 10 phút mà không chen ngang. Chỉ có 35% số sinh viên trong nhóm *thô lỗ* lựa chọn làm điều tương tự. Tất cả những đối tượng trong bài nghiên cứu này đều được phỏng vấn sau thí nghiệm và không ai có thể xác định được chính xác lý do tại sao họ quyết định chờ hoặc chen ngang. Câu hỏi này không hề xuất hiện trong tâm trí của họ trước đó, bởi họ không hề ý thức được là mình đang chịu sự ảnh hưởng từ môi trường. Họ cho rằng những câu từ rối rắm mà họ có nhiệm vụ sắp xếp không hề gây ra ảnh hưởng nào cả.

Trong thí nghiệm thứ hai, Bargh đã cho những người tham gia xếp lại những câu bao gồm các từ liên quan tới tuổi già như *nghỉ hưu*, *nhăn nheo*, hay *bingo*. Sau đó ông tính thời gian họ đi dọc hành lang để ra thang máy, và so sánh với thời gian họ đã đi qua đó khi vào. Những người tham gia đã đi chậm hơn từ 1 tới 2 giây trên cùng một khoảng cách sau khi bị tác động. Cũng giống như nhóm *thô lỗ*, họ đã bị ảnh hưởng bởi ý những ý niệm liên quan tới ngôn từ mà họ tiếp xúc. Để chắc chắn rằng đây là kết quả có được bởi môi trường, Bargh đã lặp lại thí nghiệm này một lần nữa với đối tượng khác và thu được kết quả tương tự. Ông lặp lại lần thứ ba với một nhóm đối chứng, cho họ tiếp xúc với những từ liên quan tới nỗi buồn để đảm bảo rằng ông đã không khiến những nhóm kia chán nản đến mức phải đi chậm lại. Và đúng là nhóm *tuổi già* vẫn là những người bước đi chậm nhất sau thí nghiệm.

Bargh vẫn tiếp tục làm thí nghiệm về vấn đề này, lần này với một nhóm những người da trắng với nhiệm vụ ngồi trước màn hình vi tính và trả lời một loạt những câu hỏi tế nhị. Trước mỗi một phân đoạn mới, sẽ có một hình ảnh của một người đàn ông da đen hoặc da trắng xuất hiện chỉ trong 13 mili giây, nhanh hơn khả năng nhận thức và xử lý của phần não có ý thức.

Một khi họ làm xong nhiệm vụ, máy tính sẽ hiện ra thông báo lỗi và yêu cầu họ phải thực hiện lại từ đầu. Nhóm tiếp xúc với hình ảnh của những người đàn ông da đen trở nên tức giận và tỏ thái độ tiêu cực dễ dàng và nhanh chóng hơn so với nhóm nhìn thấy những khuôn mặt của người da trắng. Mặc dù bản thân họ không cho rằng mình phân biệt chủng tộc hay vốn có những định kiến xấu, những ý tưởng đó vẫn có trong hệ thần kinh của họ, và họ đã bị môi cho hành động khác đi so với bình thường.

Những nghiên cứu về môi tiềm thức cho thấy khi bạn chiêm nghiệm một cách sâu sắc về nguyên do cho hành vi của bản thân, bạn sẽ bỏ qua rất nhiều, thậm chí là hầu hết, những tác động dạng này. Trong khi đó chúng lại tích tụ xung quanh tính cách của bạn như thể những con hào bám trên thành tàu biển vậy. Môi tiềm thức không có tác dụng nếu bạn nhận thức được nó, nhưng khổ nỗi là khả năng chú ý của bạn không thể dàn trải ra mọi hướng trong cùng một thời điểm được. Phần lớn những suy nghĩ bạn có, những cảm xúc bạn cảm nhận, những niềm tin bạn bám víu vào sẽ tiếp tục bị xô đẩy, bằng cách này hay cách khác, bởi những miếng môi tiềm thức có nguồn gốc từ ngôn ngữ, màu sắc, vật thể, tính cách, hay những thứ mang ý nghĩa cá nhân hoặc văn hóa đối với bạn. Có những lúc môi tiềm thức xảy ra một cách tự nhiên, nhưng cũng có lúc nó được khéo léo sắp đặt bởi một ai đó để định hướng các đánh giá của bạn. Tất nhiên, bạn cũng có thể trở thành người chủ động định hướng. Bạn có thể mang tới ấn tượng tốt cho người phụ trách nhân sự bằng bộ quần áo tinh tươm trong buổi phỏng vấn. Bạn có thể định hướng cảm xúc cho những người khách tới dự tiệc bằng cách mà bạn tiếp đón họ. Một khi bạn hiểu được rằng môi và định hướng tiềm thức là một mặt hiển nhiên của cuộc sống, bạn sẽ dần hiểu được sức mạnh và sự trường tồn của những tôn giáo, phong tục và ý thức hệ. Những hệ thống được thiết kế để môi và định hướng tiềm thức có thể tồn tại lâu dài là bởi vì chúng hoạt động hiệu quả. Bắt đầu từ ngày mai, chỉ với những nụ

cười và lời cảm ơn, bạn có thể gây ảnh hưởng lên cảm xúc của người khác, hy vọng là theo một hướng tích cực.

Hãy nhớ kỹ điều này: Bạn dễ bị ảnh hưởng nhất khi ở chế độ tự lái trong tâm trí hoặc ở trong hoàn cảnh không quen thuộc. Nếu mang theo danh sách đồ cần mua thì sẽ có ít khả năng bạn phải đứng ở quầy tính tiền, khệ nệ vác hàng túi đồ toàn những thứ không định mua khi bước ra khỏi nhà. Nếu bạn bỏ bê không gian cá nhân của mình và cho phép sự bừa bộn len lỏi vào, nó sẽ tác động lên chính bạn, và gần như chắc chắn là sẽ khuyến khích sự hỗn độn hoành hành. Một vòng tuần hoàn của những điều tích cực sẽ làm cho cuộc sống của bạn trở nên tốt hơn. Bạn không thể tự môi cho chính tiềm thức của mình, nhưng bạn có thể tạo nên một môi trường có lợi để cho tâm trí được phát triển tốt nhất. Cũng giống như chiếc cặp da trên bàn, hay một căn phòng thoáng thoáng hương thơm sạch sẽ, bạn có thể lấp đầy khoảng không gian của mình với những đồ dùng cá nhân mang ý nghĩa tốt, hoặc tìm được giá trị trong việc sống tối giản. Sao cũng được, không quan trọng. Nhưng những lúc mà bạn không ngờ tới nhất, những điều này sẽ quay trở lại và đẩy bạn về đúng hướng.

## CHÚNG BỊA CHUYỆN

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn biết khi nào bạn đang tự lừa dối bản thân.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn thường không nắm rõ về động cơ thúc đẩy đằng sau những hành vi của mình, và thường tự tạo dựng nên những câu chuyện để giải thích về quyết định, cảm xúc, lịch sử của bản thân mà không hề nhận ra điều đó.

Khi một bộ phim được bắt đầu với dòng chữ “Dựa trên một câu chuyện có thật”, bạn sẽ nghĩ gì? Liệu bạn có cho rằng tất cả những cuộc hội thoại, tất cả những bộ trang phục, hay những bài nhạc nền được chiếu trên màn ảnh giống hệt như ngoài đời thực? Tất nhiên là không phải vậy rồi. Bạn biết những phim như *Trên Châu Cảng* hay *Erin Brockovich* là những chuyển thể nghệ thuật dựa trên những sự kiện có thật, được biến tấu, nhào nặn lại thành những câu chuyện dễ hiểu với bố cục bao gồm mở đầu, phần thân và phần kết. Có những điều bị lược bỏ, có những con người ở ngoài đời thì khác nhau mà trong phim lại bị ghép vào thành một nhân vật. Lúc bạn xem những phim loại này, bạn cảm thấy chi tiết nhỏ không quan trọng bằng bức tranh lớn hay ý tưởng chung toàn cục.

Giá mà bạn cũng sáng suốt được như vậy khi nhìn vào bộ phim tài liệu về cuộc đời của bản thân ở trong đầu bạn. Nhưng bạn chẳng thông minh như bạn tưởng. Sự thật là bộ phim trong tâm trí bạn cũng được cường điệu

hóa, kịch tính hóa nhiều lần, và các nhà khoa học đã biết điều này từ khá lâu rồi.

Tất cả đều khởi nguồn từ nhu cầu lấp đầy những khoảng trống của bộ não.

Bạn hãy đưa hai ngón cái lên và đặt chúng cạnh nhau ngay trước mặt. Nhắm mắt trái lại và từ từ di chuyển ngón bên phải theo một đường ngang về bên phải trong khi giữ nguyên hướng nhìn vào ngón bên trái. Bạn có nhận thấy điều gì không? Có lẽ là không. Nhưng đâu đó trên khoảng mà ngón cái tay phải của bạn vừa di chuyển có một điểm được gọi là điểm mù, một điểm ở sau cầu mắt, giao điểm của thần kinh thị giác với võng mạc. Tại đây không có các đầu dây thần kinh nên không thể cảm nhận ánh sáng, và bạn có một điểm này ở mỗi bên mắt. Nó cũng lớn hơn là bạn tưởng đó, chiếm tới khoảng 2% toàn bộ vùng nhìn thấy của bạn. Nếu bạn muốn xác định được rõ điểm mù này, hãy lấy một tờ giấy trắng và vẽ lên đó hai chấm to bằng khoảng nửa đồng xu, cách nhau khoảng 5cm. Giơ tờ giấy ra trước mặt, tập trung nhìn vào điểm bên trái và nhắm mắt trái lại. Đưa tờ giấy vào gần thật chậm rãi và không di chuyển ánh nhìn, tới một lúc nào đó bạn sẽ thấy chấm bên phải đột nhiên biến mất. Đó chính là một trong hai điểm mù của bạn.

Giờ thì hãy nhìn quanh căn phòng bạn đang ngồi với một mắt vẫn nhắm. Hãy thử lại trò trên với một số chữ được in trên trang giấy này. Bạn có thấy gì không? Bạn có nhận ra một khoảng trống trong tầm nhìn của mình? Chắc là không. Bộ não của bạn đã lấp đầy khoảng trống đó như thể nó dùng Photoshop vậy. Những thông tin hình ảnh ở xung quanh điểm mù đã được sao chép và dán đè vào phần còn thiếu một cách tự động. Bộ não đã đánh lừa bạn một cách nghệ thuật, và bạn thì không hề nhận ra điều đó.

Cũng như việc bộ não luôn lấp đầy khoảng trống trong tầm nhìn của bạn một cách khéo léo để bạn không thể nhận ra, bạn cũng luôn lấp đầy những khoảng trống trong chính ký ức và lý luận của bản thân.

Đã bao giờ bạn kể câu chuyện về việc bạn đã làm cùng với một ai đó từ ngày xưa ngày xưa, và ngay lúc bạn đang cao hứng thì họ ngắt lời bạn, nói rằng “Không, không đúng. Chuyện đó không phải như vậy.”? Bạn kể rằng đó là vào một bữa tiệc Giáng sinh, và bạn đã nhại lại tập cuối của bộ phim *Lost* với đôi bút tất dài trên tay; họ thì bảo rằng đó là bữa ăn tối Phục sinh. Bạn nhớ rõ việc mở quà và uống rượu trứng, nhưng họ thì lại chắc chắn rằng đó là những quả trứng, và thậm chí người mở quà còn không phải là bạn. Đúng hơn, đó là người em họ của bạn, và họ đã dùng một con thỏ sôcôla để giả làm quái vật khói.

Thử ngẫm lại xem những chuyện như thế này có thường xuyên xảy ra không, nhất là nếu bạn đang có quan hệ với một người luôn có thể bắt lỗi những câu chuyện của bạn. Liệu có khả năng là não bạn có một cuộn phim quay lại từng khoảnh khắc trong đời, nhưng khi xem lại, bạn chẳng thấy giống chút nào so với những gì bạn nhớ? Hãy thử nghĩ về tất cả những bức ảnh khiến bạn phải sửng sốt khi thấy mình từng tạo dáng tại những nơi mà bạn chẳng thể nhớ ra là đâu. Hãy thử nghĩ về những điều mà cha mẹ bạn thường hay kể lại về thời niên thiếu: Có những câu chuyện mà bạn chẳng có ý niệm nào cả, hoặc là bạn nhớ rằng nó xảy ra theo hướng khác. Nhưng bạn vẫn có cảm giác về một dòng ký ức và trải nghiệm xuyên suốt về cuộc đời mình. Những chi tiết nhỏ có thể thất lạc, nhưng bức tranh tổng thể của cuộc đời bạn thì vẫn còn đó. Nhưng bức tranh lớn này thực ra lại là một sự lừa dối được dựng lên từ những mẩu chuyện do bạn luôn tự bịa ra một cách vô thức. Tất cả tạo nên câu chuyện về con người bạn, những điều bạn đã làm, và tại sao bạn làm những việc đó.

Bạn làm điều này nhiều và thường xuyên tới nỗi bạn sẽ chẳng thể chắc chắn được bao nhiêu phần trong quá khứ của bạn là thật. Bạn chẳng thể biết chắc được tại sao ngay bây giờ bạn đang ngồi đọc những dòng chữ này, mà không phải đang lê la tại một góc phố hay đang chu du vòng quanh thế giới. Tại sao bạn lại không dám hôn cô ấy? Tại sao bạn lại nói những lời lẽ nặng nề với mẹ mình? Tại sao bạn lại mua chiếc laptop ấy? Tại sao bạn lại giận thằng cha đó đến vậy? Sự thật về bản thân bạn và lý do bạn đang ở đây là gì?

Để hiểu được về chứng bịa chuyện này, chúng ta sẽ cần nhờ tới giải phẫu. Thi thoảng, trong một số ca bệnh khó mà không phương pháp nào có hiệu quả, các bác sĩ cũng phải tính đến phương án cuối cùng là *bỏ đôi* não của bệnh nhân ra. Và những gì họ phát hiện được thật đáng ngạc nhiên.

Để có được một ý niệm cơ bản về sự *bỏ đôi* bộ não, bạn hãy nắm hai bàn tay lại, úp vào nhau sao cho các ngón tay hướng lên trên. Mỗi nắm tay của bạn tượng trưng cho một bán cầu não. Hai bán cầu não giao tiếp với nhau thông qua một mạng lưới dày đặc những nơ-ron thần kinh được gọi là *thể chai*. Tưởng tượng rằng giữa hai bàn tay đang nắm của bạn là một bó những sợi chỉ kết nối với nhau, bó chỉ đó chính là thể chai của bộ não. Trong trường hợp của những bệnh nhân mắc chứng động kinh nặng tới nỗi không loại thuốc nào có thể chữa trị và giúp họ trở lại trạng thái bình thường, bác sĩ sẽ tiến hành cắt những *sợi chỉ* trên. Trong một cuộc phẫu thuật cắt thể chai, hai nửa của bộ não sẽ được chia cắt một cách cẩn thận giúp cho bệnh nhân có thể sống tương đối bình thường sau đó.

Những bệnh nhân đã *tách não* trông bên ngoài thì có vẻ ổn. Họ có thể làm các công việc và giao tiếp một cách tương đối bình thường. Nhưng khi nghiên cứu sâu hơn về các đối tượng này, các nhà khoa học đã tìm ra được những điểm mạnh và điểm yếu của mỗi bán cầu não. Từ những năm 1950,

nghiên cứu về bệnh nhân sau khi cắt thể chai đã cho chúng ta biết thêm rất nhiều về hoạt động của bộ não. Để tập trung đúng vào trọng tâm chủ đề chương này, chúng ta sẽ chỉ đi sâu vào khả năng tạo ra những câu chuyện một cách rất nhanh chóng và thân nhiên, và rồi sau đó lại tin rằng đó là sự thật của những đối tượng này. Đây được gọi là *chứng bịa chuyện tách não*, nhưng bạn không cần phải có một bộ não đã bị bỏ đôi để có thể bịa chuyện.

Bạn cảm thấy mình là một cá thể độc lập với một bộ não duy nhất, nhưng trên nhiều khía cạnh, thực chất bạn có tới hai bộ não. Suy nghĩ, ký ức, và cảm xúc được xử lý bởi toàn thể khối óc, nhưng một số chức năng khác thì lại được giải quyết một cách hiệu quả hơn bởi một bên bán cầu não. Lấy ví dụ như ngôn ngữ chẳng hạn. Đây là một chức năng được xử lý chủ yếu bởi bán cầu não trái, rồi mới được đẩy qua đẩy lại giữa hai bên bán cầu. Một số hiện tượng lạ sẽ xảy ra khi hai bán cầu não bị chia tách và sự trao đổi thông tin này không còn nữa.

Nhà tâm lý học Michael Gazzaniga từ Đại học California tại Santa Monica là một trong những người đầu tiên, cùng với Roger Sperry, nhờ tới sự trợ giúp của những người đã phẫu thuật cắt thể chai trong nghiên cứu của mình. Trong một thí nghiệm, đối tượng sẽ nhìn vào chữ thập ở giữa màn hình, sau đó một từ, ví dụ như *xe tải* nháy lên thật nhanh ở phía bên trái. Sau đó họ sẽ được hỏi là đã nhìn thấy gì. Tất nhiên là những người với não còn nguyên vẹn sẽ trả lời ngay được là *xe tải*. Những người đã qua phẫu thuật thì nói rằng họ không biết, nhưng kỳ lạ là khi được yêu cầu vẽ lại điều mà họ thấy bằng tay trái, họ lại dễ dàng vẽ một chiếc xe tải.

Một điều bạn cần chú ý đó là: Tay phải của bạn được điều khiển bởi bán cầu não trái, và tay trái bởi bán cầu não phải. Tương tự như vậy đối với thị giác. Những thứ mà mắt trái nhìn thấy được đi chéo qua hộp sọ vào bán cầu



não phải, và ngược lại<sup>Ⓢ</sup>. Những dây thần kinh này không bị ảnh hưởng khi thực hiện giải phẫu cắt thể chai.

Bình thường thì điều này không phải là vấn đề, bởi vì thông tin được xử lý bởi một bên bán cầu não sẽ được chuyển qua cả bên còn lại. Tuy nhiên, một người đã phẫu thuật cắt thể chai sẽ không còn khả năng này. Bởi vì trung tâm xử lý ngôn ngữ nằm ở bán cầu não trái, khi thiếu đi kết nối cần thiết, bán cầu não phải (bên nhìn thấy hình ảnh trên màn hình) không thể truy cập vào đây để đưa ra được miêu tả bằng lời. Tuy nhiên với một cây bút, não phải có thể vẽ ra hình ảnh đó. Và một khi đã vẽ được ra giấy, não trái có thể nhìn thấy, và lúc này người đó sẽ bật ra “Ồ, đó là một chiếc xe tải”. Mọi liên hệ bình thường diễn ra giữa hai phần của bộ não nhờ thể chai giờ diễn ra trên giấy.

Đây là điều vẫn xảy ra trong thế giới của những người đã phẫu thuật cắt thể chai. Nhưng quá trình tương tự cũng diễn ra trong đầu bạn nữa. Cũng phần não trái đó chịu trách nhiệm biến suy nghĩ thành từ ngữ và chuyển cho miệng nói ra. Những gì mà não phải thấy được trong cuộc sống được chia sẻ với não trái trong những cuộc trao đổi mà bạn không biết tới. Dưới góc độ sinh học, đây chính là gốc rễ của chứng bịa chuyện, và điều này cũng đã được chứng minh trong phòng thí nghiệm.

Khi một người đã qua phẫu thuật tách đôi não được cho xem từ *chuông* bằng mắt trái và từ *âm nhạc* bằng mắt phải, rồi được yêu cầu sử dụng tay trái để chỉ thứ mà anh ta đã thấy trong bộ 4 bức ảnh, anh ta chọn bức ảnh của một quả chuông. Anh ta đã bỏ qua những bức ảnh của người đánh trống, một cây đàn organ và một chiếc kèn trumpet. Khoảnh khắc sự bịa chuyện diễn ra là vào lúc người này được hỏi lý do chọn bức hình đó. Anh ta nói thứ âm nhạc cuối cùng mà anh ta được nghe là tiếng từ tháp chuông của một trường đại học. Bán cầu não phải nhìn thấy chữ *chuông* và điều

khiến tay trái chỉ vào bức ảnh thể hiện vật thể đó. Nhưng não bên trái lại thấy chữ *âm nhạc*, và nó phải nhào nặn lên một câu chuyện để giải thích cho việc người đó bỏ qua những hình ảnh liên quan nhiều hơn tới khái niệm mà nó thấy.

Phần não phụ trách về ngôn ngữ đã nhận thấy tay trái chỉ vào quả chuông, nhưng thay vì thú nhận là nó không biết lý do tại sao lại có sự bất đồng quan điểm, nó tự bịa ra một lý do. Phần não phải cũng chẳng thông minh hơn, nó ngay lập tức đồng tình với những gì não trái nói ra. Những người tham gia thí nghiệm không nói dối, vì họ thực sự tin rằng lý do họ đưa ra là thật. Họ đã tự đánh lừa bản thân mình và những người làm nghiên cứu trong vô thức. Họ không hề thấy nghi ngờ hay bối rối, họ cảm thấy bình thường hết như bạn vậy.

Trong một thí nghiệm khác, người đã phẫu thuật tách đôi não được yêu cầu phải thực hiện một hành động mà chỉ bán cầu não phải có thể nhìn thấy, bán cầu não trái lại tiếp tục đưa ra những lời giải thích như thể nó biết rõ nguyên nhân. Mệnh lệnh *bước đi* hiện ra; đối tượng nghiên cứu đứng dậy. Khi được hỏi tại sao lại đột nhiên đứng dậy như vậy, họ trả lời: “Tôi định đi tìm nước để uống.” Trong thí nghiệm khác khi được xem một cảnh bạo lực chỉ bằng mắt trái, người đó đã nói rằng họ cảm thấy bồn chồn lo lắng, và đổ lỗi cho cách bài trí của căn phòng. Trung tâm phụ trách cảm xúc ở sâu bên trong vẫn giữ được mối liên hệ giữa hai bán cầu não, nhưng chỉ có bán cầu não trái có khả năng miêu tả và giải thích cảm xúc lúc đó. Hiện tượng bịa chuyện tách não này đã được chứng minh rất nhiều lần qua nhiều năm. Khi mà não trái bị buộc phải giải thích về một hành động của não phải, nó thường tạo ra những câu chuyện giả tưởng và rồi cả hai bên cùng đồng tình như đó là sự thật hiển nhiên.

Hãy nhớ là về cơ bản, bộ não của bạn cũng hoạt động y như vậy, chỉ khác là bạn có lợi thế hơn một chút vì hai bán cầu não có thể trao đổi thông tin để tránh nhầm lẫn. Nhưng mối liên kết trao đổi thông tin này không phải là hoàn hảo tuyệt đối. Có những lỗi nhỏ vẫn xảy ra thường xuyên. Nhà tâm lý học Alexander Luria so sánh ý thức của chúng ta như là điệu nhảy của hai bán cầu não, với bán cầu trái là người dẫn. Bởi vì nó nhận hết trách nhiệm về ngôn ngữ, nên nhiều lúc nó cũng kiêm luôn phần giải thích. Hội chứng bịa chuyện tách não chỉ là phiên bản được phóng đại của xu hướng tạo ra những câu chuyện không có thực và rồi tin vào nó. Chứng bịa chuyện này tồn tại một cách tự nhiên trong bạn. Bạn luôn tự giải thích cho bản thân về những động cơ cho mọi hành động, về những nguyên nhân dẫn tới các hệ quả trong cuộc sống của mình, và bạn thường hay tự dựng lên những câu chuyện khi không biết chắc câu trả lời. Dần dần, những lời giải thích, những câu chuyện này trở thành định nghĩa về con người bạn và vị trí của bạn trên thế giới. Nó trở thành bản chất của bạn.

Nhà thần kinh học V. S. Ramachandran đã từng gặp trường hợp bệnh nhân đã phẫu thuật tách não có bán cầu não trái tin vào Chúa Trời, trong khi bán cầu não phải lại là một kẻ vô thần. Ông đã đưa ra kết luận rằng, về bản chất, đây là trường hợp có hai người, hai bản ngã khác nhau tồn tại trong cùng một cơ thể. Ramachandran tin rằng ý thức về bản thân mà bạn có được một phần là nhờ vào hoạt động của những *neuron gương*. Những cụm neuron thần kinh phức tạp này kích hoạt khi bạn thấy ai đó bị thương hay khóc lóc, khi họ tự gãi tay mình hay cười ầm lên. Chúng đặt bạn vào vị trí của người khác nên bạn cũng phần nào cảm thấy được sự đau đớn hay ngứa ngáy của họ. Neuron gương giúp chúng ta có thể đồng cảm và học tập từ việc quan sát. Một trong những phát kiến lớn nhất trong vài năm qua là việc phát hiện ra những cụm neuron này của bạn cũng được kích hoạt khi chính

bản thân bạn hành động. Cứ như thể là một phần trong não bộ đang quan sát chính bạn ở góc nhìn của một người ngoài cuộc.

Bản thân bạn là một câu chuyện bạn tự kể với chính mình. Nhìn vào nội tâm, bạn có thể tự tin nhớ về câu chuyện cuộc đời mình với tất cả những nhân vật và bối cảnh, và bạn là nhân vật chính. Tất cả đều là một màn kịch đẹp đẽ, tuyệt vời mà nếu không có nó, bạn sẽ không thể tồn tại được.

Mỗi ngày trong cuộc đời mình, bạn không ngừng đưa ra hàng loạt những giả thiết về tương lai, hay về những tình huống có thể xảy ra ngoài tầm tiếp nhận của các giác quan. Khi đọc tin tức thời sự hoặc những cuốn sách về chuyện có thật, bạn tạo ra những thế giới giả tưởng để hình dung về những điều mình đang đọc. Thời điểm bạn hồi tưởng lại quá khứ là thời điểm bạn tự tái tạo lại ký ức. Hồi tưởng ấy trở thành một giấc mơ đan xen giữa sự thật với giả tưởng, nhưng bạn vẫn tin vào nó một cách tuyệt đối. Nếu bây giờ bạn nằm xuống và tưởng tượng rằng mình đang lái một chiếc du thuyền vòng quanh thế giới, ghé thăm mọi kỳ quan từ nơi này tới nơi khác, ở một mức độ nào đó, bạn có thể hình dung tương đối chi tiết về hành trình từ Paris tới Ấn Độ, từ Campuchia tới Kansas, mặc dù bạn biết rõ rằng mình chưa hề làm điều này. Nhưng cũng có các chứng rối loạn tâm thần khiến người mắc phải không thể phân biệt được giữa thực tại và những chuyện do họ tự bịa ra:

- Bệnh nhân mắc **hội chứng Korsakoff** mặc dù có thể nhớ về quá khứ của mình nhưng lại không có khả năng ghi nhớ các sự kiện diễn ra trong quá khứ gần. Họ tự tạo nên những câu chuyện để trám vào chỗ trống trong ký ức và tin vào những câu chuyện đó một cách tuyệt đối. Nếu bạn hỏi một người bệnh Korsakoff họ đã làm gì trong thời gian vài tuần vừa rồi, họ có thể nói rằng họ đang làm nhân viên bảo vệ tại bãi đỗ xe

của bệnh viện, trong khi thực tế là họ đang được điều trị hàng ngày tại chính bệnh viện đó.

- Người mắc **chứng mất nhận thức về bệnh tật của bản thân** (*anosognosia*) có thể bị liệt mà không chịu chấp nhận đó là sự thật. Họ sẽ nói với bác sĩ và người thân rằng mình bị viêm khớp rất nặng, hoặc là đang phải ăn kiêng. Khi được yêu cầu dùng bên tay đã bị liệt để nhặt một viên kẹo, họ nói dối, nhưng không biết rằng mình đang nói dối. Sự lừa dối này hướng vào chính bản thân họ, và họ không hề nghi ngờ nó.
- Một người mắc **hội chứng ảo giác Capgras** sẽ tin rằng người thân và bạn bè mình đã bị thay thế bởi những kẻ mạo danh với ngoại hình y hệt. Phần não với chức năng xử lý cảm xúc khi gặp người quen ở những người này đã mất khả năng hoạt động. Họ nhận diện được những người họ gặp, nhưng không cảm thấy gì cả, bởi vậy họ dựng nên một câu chuyện để tự giải thích và chấp nhận nó một cách hoàn toàn.
- Những người mắc **chứng Cotard** tin rằng mình đã chết. Họ nghĩ mình là những linh hồn đang tồn tại ở thế giới bên kia, nhiều trường hợp quá nặng không chịu ăn và đã chết vì đói.

Các nhà tâm lý học từ lâu đã cho rằng bạn không có khả năng nhận biết được về hoạt động nhận thức bậc cao của bản thân, điển hình là trong bài báo xuất bản trên tạp chí *Psychological Review* (*Đánh Giá Tâm Lý*) năm 1977 của Richard Nisbett và Timothy DeCamp Wilson từ Đại học Michigan. Trong bài nghiên cứu của mình, hai nhà tâm lý học đã chỉ ra những lỗ hổng của việc **nội quan** (*introspection*). Họ cho rằng bạn hiếm khi biết được tác nhân kích thích thực sự cho các quyết định của mình trong quá khứ, kể cả là từ nhiều năm trước hay mới chỉ hôm qua. Trong một thí nghiệm được miêu tả trong bài nghiên cứu, họ đã hỏi các đối tượng tham gia về tên khai sinh của mẹ mình<sup>⊙</sup>.

Nào. Bạn thử đi. “Tên khai sinh của mẹ bạn là gì?”

Câu hỏi tiếp theo trong thí nghiệm là: “Làm sao bạn biết được cái tên đó?”

Hãy thử trả lời xem.

Bạn không biết. Bạn vừa nghĩ vậy phải không? Bạn sẽ không bao giờ hiểu được cách bộ não của mình hoạt động. Và mặc dù bạn thường tin là mình hiểu hết mọi suy nghĩ hay hành động, mọi cảm xúc hay động cơ của bản thân, nhưng thực tế là, trong hầu hết các trường hợp, bạn chẳng biết chút nào. Việc nhìn lại chính mình đã bị tách ra khỏi ký ức mà bạn vừa gọi lại. Tuy nhiên, điều này lại không cản trở việc bạn tự cho rằng mình biết hết tất cả, và rằng bạn có thể nhớ lại mọi thứ kể cả những chi tiết nhỏ nhất, và thế là các câu chuyện ra đời. Đây là cách mà chúng bịa chuyện xây dựng nên một khuôn mẫu để bạn hiểu bản thân mình.

Nhà tâm lý học George Miller đã từng nói: “Điều xuất hiện trong tâm thức của bạn là kết quả của sự suy nghĩ, chứ không phải là quá trình của sự suy nghĩ.” Nói theo cách khác, bạn chỉ có thể cảm nhận, hành động dựa trên thứ mà tâm trí của bạn đã sản xuất ra, chứ không thể điều hành hoạt động của nó. Dòng chảy của tâm thức và việc hồi tưởng ngược lại dòng chảy đó là hai thứ hoàn toàn khác nhau, vậy mà bạn lại thường coi hai điều này là một. Đây là một trong những khái niệm lâu đời nhất trong tâm lý học và triết học – hiện tượng học. Một trong những cuộc tranh luận đầu tiên của các nhà nghiên cứu trong mảng này là về việc khoa học tâm lý có thể đào sâu vào tâm trí con người tới mức nào. Từ đầu những năm 1900, các nhà tâm lý học đã phải vật lộn với câu hỏi hóc búa là tại sao, ở một mức độ nhất định, trải nghiệm cá nhân là thứ không thể chia sẻ được. Ví dụ, màu đỏ trông như thế nào? Quả cà chua có mùi thế nào? Hay khi bạn vấp ngón chân, bạn cảm thấy như thế nào? Bạn sẽ phải nói gì để có thể giải thích

những cảm giác đó cho một người chưa từng trải nghiệm chúng? Bạn sẽ miêu tả màu đỏ cho một người bị mù bẩm sinh, hay miêu tả mùi hương của quả cà chua tươi cho một người chưa từng biết chúng thế nào?

Đó là những **cảm thụ tính** (*qualia*), tầng trải nghiệm sâu nhất mà bạn có thể cảm nhận trước khi chạm đáy. Hầu hết mọi người đều đã thấy màu đỏ, nhưng không thể nào giải thích màu đỏ là gì. Mọi định nghĩa về tất cả các trải nghiệm trong đời của bạn đều chỉ có thể được xây dựng nên từ cảm thụ tính chứ không thể nào đi sâu hơn nữa. Chúng là những thành phần căn bản nhất của nhận thức. Bạn chỉ có thể so sánh chúng trong mối quan hệ với những trải nghiệm khác, chứ không bao giờ có thể miêu tả một cách chi tiết về các cảm thụ tính cho một người khác, hay cho bản thân mình<sup>⊙</sup>.

Nhưng trí não bao gồm những tầng lớp bạn không thể nào truy cập được; bên dưới tầng đáy còn có những suy nghĩ và cảm xúc phức tạp mà bạn không thể nắm bắt trực tiếp. Một số hành vi của bạn là kết quả của quá trình tiến hóa và thích nghi, là khuynh hướng hành động được thừa hưởng qua hàng ngàn thế hệ những con người đã sống và phát triển. Bạn muốn ngủ vui trong một buổi chiều mưa lạnh có thể là bởi tổ tiên của bạn đã luôn phải tìm kiếm chỗ trú ẩn an toàn trong điều kiện tương tự. Đối với những hành động khác, nguyên nhân thúc đẩy có thể khởi nguồn từ một thứ mà bạn không nhận ra. Bạn không biết tại sao lại cảm thấy muốn ra về giữa buổi tiệc lễ Tạ ơn, nhưng bạn vẫn bịa ra được một lý do có vẻ hợp lý vào lúc đó. Giờ ngẫm lại thì lý do có thể đã thay đổi rồi.

Nhà triết học Daniel Dennett gọi việc nhìn nhận bản thân này là *hiện tượng học từ góc nhìn người thứ ba* (*heterophenomenology*). Về căn bản, Daniel khuyên rằng khi bạn tự đưa ra biện minh cho cảm xúc hay hành vi của mình, đừng chấp nhận chúng một cách dễ dàng mà hãy biết nghi ngờ một chút, giống như khi bạn nghe ai đó kể về buổi đi chơi qua đêm của họ

vậy. Khi nghe người khác kể chuyện, bạn thường cho rằng câu chuyện đó đã ít nhiều có thêm thắt, và bạn biết họ chỉ đang kể về sự việc dưới góc nhìn của bản thân họ. Tương tự như vậy, bạn biết thực tế đang hoặc đã xảy ra như thế nào, nhưng đó mới chỉ là góc nhìn của một mình bạn thôi, bởi vậy hãy biết cách nghi ngờ về câu chuyện của chính bản thân mình một chút.

Trong nghiên cứu của mình, Miller và Nisbett đã dẫn ra các ví dụ cho thấy nhiều người nhận thức được suy nghĩ của mình, nhưng không thể xác định quá trình dẫn tới suy nghĩ đó. Mặc dù vậy, các đối tượng nghiên cứu thường không hề gặp khó khăn trong việc đưa ra giải thích nội quan, nhưng những giải thích này không chỉ ra được nguyên nhân thực sự. Trong một thí nghiệm, các đối tượng được chia ra làm hai nhóm và đều bị cho giật điện nhẹ trong lúc thực hiện một số bài tập về trí nhớ. Sau khi hoàn thành, cả hai nhóm đều được yêu cầu thực hiện lại một lần nữa. Nhóm thứ nhất được phổ biến rằng lần lần giật điện thứ hai này rất quan trọng trong việc tìm hiểu về hoạt động trí não của con người. Nhóm còn lại thì được cho biết là lần chạy thứ hai chỉ có tác dụng thỏa mãn trí tò mò cho các nhà khoa học mà thôi. Sau khi so sánh kết quả, người ta thấy rằng nhóm thứ hai đã thực hiện bài kiểm tra trí nhớ tốt hơn, bởi vì họ phải tự nghĩ ra một động cơ thúc đẩy mình thực hiện thí nghiệm. Họ nghĩ rằng những cú giật điện này không đau đớn lắm. Thực tế rút ra từ phỏng vấn sau thí nghiệm cho thấy trong tâm trí của những người ở nhóm thứ hai, so với những người ở nhóm thứ nhất, thì những cú giật điện này không gây đau đớn bằng.

Trong một thử nghiệm khác, hai nhóm người nói rằng mình rất sợ rắn được xem những bộ ảnh trình chiếu về các loài rắn, cùng lúc được nghe thứ mà họ được phổ biến là tiếng tim đập của chính mình. Điểm khác nhau ở hai nhóm là: Một nhóm sẽ thỉnh thoảng được thấy bức ảnh với chữ *giật điện*, bị cho giật điện nhẹ, và nghe thấy *tiếng tim đập* của mình trở nên to hơn. Họ không biết là thực chất các nhà khoa học đã cố ý điều chỉnh âm



lượng của tiếng tim đập. Sau đó, khi cả hai nhóm được đề nghị cầm một con rắn trong tay, những người trong nhóm bị giật điện và nghe tiếng tim đập bị điều chỉnh đã mạnh dạn hơn nhóm còn lại. Họ đã tự thuyết phục mình rằng họ sợ bị giật điện hơn là sợ rắn, và sử dụng chính nội quan này để trở nên thực sự gan lì hơn.

Nisbett và Miller cũng tự thực hiện một thí nghiệm ở cửa hàng bách hóa. Họ xếp bốn đôi quần tất giấy cạnh nhau rồi bảo các khách hàng đi qua chọn đôi có chất lượng tốt nhất. Có tới 80% số người được hỏi chọn đôi tất bên tay phải, mặc dù thực chất cả bốn đôi giống hệt nhau. Khi được hỏi tại sao, những người này đã bình phẩm về chất tất và màu sắc, nhưng không đề cập tới vị trí của đôi tất họ chọn. Khi hai nhà nghiên cứu hỏi kỹ lại xem liệu vị trí sắp xếp có ảnh hưởng lên lựa chọn của họ hay không, họ đã khẳng định là không.

Trong những nghiên cứu như thế này, đối tượng thí nghiệm không bao giờ nói rằng họ không thể giải thích cho cảm xúc và hành động của mình. Việc không biết lý do không làm họ bối rối; thay vào đó họ đưa ra những biện hộ và không hề để ý tới những hoạt động ẩn sâu trong trí não của bản thân.

Vậy làm sao để bạn có thể tách bạch được tưởng tượng và thực tế? Làm sao để bạn có thể chắc chắn được rằng những câu chuyện về cuộc đời bạn, cả từ ngày xưa ngày xưa lẫn chỉ mới vài phút trước là thật? Bạn sẽ cảm thấy thỏa mãn ở mức nào đó khi chấp nhận sự thật rằng bạn không thể làm điều đó. Không ai có thể làm thế, vậy mà con người chúng ta vẫn tồn tại và phát triển tốt. Câu chuyện về cuộc đời bạn cũng giống như một bộ phim dựa trên những sự kiện có thật. Điều đó không nhất thiết là xấu. Các chi tiết có thể đã bị thay đổi và thêm thắt, nhưng ý tưởng chung hay bức tranh toàn cảnh thì vẫn là một câu chuyện đáng để kể phải không?

## THIÊN KIẾN XÁC NHẬN

### BẠN VẪN TƯỞNG

Quan điểm cá nhân của bạn là kết quả của hàng năm trời quan sát và phân tích một cách khách quan.

### SỰ THẬT LÀ

Quan điểm cá nhân của bạn là kết quả của hàng năm trời chỉ tập trung chú ý tới các thông tin xác nhận những điều vốn đã nằm trong niềm tin của bạn, trong khi bỏ qua những thông tin trái ngược với quan niệm có sẵn.

Đã bao giờ bạn đang nói chuyện và chợt một bộ phim thời xưa được nhắc đến, ví dụ như *The Golden Child*, hay thậm chí là một phim nào đó còn ít nổi tiếng hơn?

Bạn đã cười nhạo nó, trích dẫn vài câu thoại, tự hỏi không biết chuyện gì đã xảy ra với những diễn viên trong phim, và rồi quên sạch.

Cho tới khi...

Bạn đang ngồi chuyển hết kênh này tới kênh nọ trên TV vào một buổi tối buồn tẻ, và đột nhiên, bạn thấy *The Golden Child* đang được chiếu. Là ghê.

Ngày hôm sau bạn đọc tin tức trên báo, và tự dừng lại thấy một bài viết nói về những bộ phim đã bị lãng quên từ những năm 1980, và trời đất ơi, những ba cột chữ viết về *The Golden Child*. Tối đó bạn xem một đoạn quảng cáo về bộ phim mới của Eddie Murphy trong rạp, và rồi thấy một bảng quảng cáo về chương trình tấu hài của Charlie Murphy ngoài phố.

Chưa hết, sau đó một người bạn còn gửi cho bạn một đường dẫn tới trang TMZ với toàn ảnh gần đây của một diễn viên trong *The Golden Child*.

Chuyện gì đang xảy ra vậy? Có phải vũ trụ đang cố gắng truyền tải thông điệp gì đó tới bạn không?

Không. Đây chỉ đơn giản là tác dụng của thiên kiến xác nhận<sup>⊙</sup>.

Từ thời điểm của cuộc hội thoại có nhắc tới *The Golden Child*, bạn đã chuyển kênh rất nhiều lần, đã đi ngang qua vô số những biển quảng cáo, đã thấy hàng chục những tin tức mới nhất về các ngôi sao, và bạn cũng đã được xem hàng tá những đoạn phim quảng cáo mới.

Vấn đề nằm ở chỗ bạn đã bỏ qua tất cả những thông tin còn lại, những thứ không liên quan tới bộ phim *The Golden Child*. Trong đám hỗn độn của tất cả những mẩu thông tin lẻ tẻ, bạn chỉ nhận ra và để ý tới những thứ có đôi chút liên quan tới điều đang ở sẵn trong não bạn. Một vài tuần trước, trước thời điểm của cuộc hội thoại định mệnh kia, Eddie Murphy và chuyến du hành tới Tây Tạng của ông ấy vẫn còn đang lặn sâu dưới dòng tin tức văn hóa hỗn độn ở đáy não bạn, và bạn đâu có để ý chút nào.

Nếu bạn đang tính tới chuyện mua một chiếc xe mới, bỗng dưng tất cả mọi người xung quanh bạn đều lái đúng mẫu xe đó. Nếu bạn vừa mới kết thúc một cuộc tình, mọi bài hát mà bạn nghe đều có vẻ nói về tình yêu. Nếu bạn đang chuẩn bị có em bé, bạn sẽ bắt đầu nhìn thấy chúng ở mọi nơi. Thiên kiến xác nhận là việc nhìn thế giới qua một thấu kính lọc.

Những ví dụ trên chỉ là một phiên bản thụ động của hiện tượng này. Rắc rối thực sự bắt đầu khi thiên kiến xác nhận làm méo mó quá trình chủ động tìm kiếm thông tin của bạn.

Phê bình chính trị là cả một ngành công nghiệp được xây dựng nên từ thiên kiến xác nhận. Rush Limbaugh và Keith Olbermann, Glenn Beck và

Arianna Huffington, Rachel Maddow và Ann Coulter<sup>☺</sup> – tất cả bọn họ đều là những người tiếp nhiên liệu cho niềm tin, bọn họ sàng lọc trước thông tin sao cho khớp với những thế giới quan khác nhau. Nếu bộ lọc của họ giống với bộ lọc của bạn, bạn sẽ rất thích họ. Nếu bộ lọc khác nhau, bạn sẽ ghét cay ghét đắng họ. Bạn xem chương trình của những người này không nhằm mục đích thu thập tin tức, mà để có được sự xác nhận.

“Hãy cẩn thận. Người ta thích được nghe những điều mà họ đã biết rồi. Hãy nhớ lấy điều đó. Họ cảm thấy không thoải mái khi bạn kể về một điều mới mẻ. Những điều mới mẻ... Thế đó, những điều mới không phải là điều mà họ mong chờ. Họ muốn biết rằng, ví dụ nhé, con chó sẽ cắn người. Đó là điều mà chó vẫn làm. Họ không muốn nghe chuyện về người cắn chó, bởi vì thế giới không vận hành như vậy. Nói tóm lại, con người tưởng là họ muốn nghe tin tức mới, nhưng thực chất điều mà họ thực sự thêm muốn là tin cũ... Không phải mới mà là cũ, để họ có thể được nghe lại những điều mà họ tin là thật.”

— **Terry Pratchett**,  
thông qua lời nhân vật Chúa tể Vetinari  
trong tiểu thuyết của ông:  
*“The Truth: a Novel of Discworld”*

Trong cuộc bầu cử tổng thống năm 2008, nhà nghiên cứu Valdis Krebs tại trang [orgnet.com](http://orgnet.com) đã phân tích về xu hướng mua hàng trên Amazon. Những người vốn đang ủng hộ Obama cũng chính là những người mua sách viết về ông dưới góc nhìn tích cực. Những người vốn đã không thích Obama là những người mua sách chỉ trích ông. Cũng giống như với trường hợp của những nhà phê bình chính trị, họ không mua sách đọc để lấy thông tin, họ mua để tự xác nhận quan điểm của mình. Krebs đã nghiên cứu về xu hướng mua hàng trên Amazon và thói quen phân nhóm của người dùng mạng xã hội trong nhiều năm. Những nghiên cứu của ông cho thấy điều mà

các nhà tâm lý học đã tiên đoán: Bạn luôn muốn mình có cái nhìn đúng đắn về cuộc sống, bởi vậy bạn sẵn tìm những thông tin xác thực niềm tin của mình, và tránh xa những chứng cứ và quan niệm đối nghịch.

Nửa thế kỷ nghiên cứu đã cho thấy thiên kiến xác nhận là một trong những rào cản tâm lý đáng tin cậy nhất. Các nhà báo khi đưa tin về một vấn đề nào đó cần phải tránh việc phớt lờ những thông tin trái chiều; các nhà khoa học khi chứng minh một giả thiết cần phải xây dựng những thí nghiệm chặt chẽ, tránh tạo ra những yếu tố biến thiên có thể gây xáo động trong kết quả cuối cùng. Nếu không có thiên kiến xác nhận, thuyết âm mưu sẽ không thể tồn tại. Liệu con người đã thực sự đặt chân lên Mặt Trăng? Nếu bạn cố gắng, chắc chắn bạn sẽ tìm được bằng chứng chứng minh đó là chuyện dàn dựng.

Trong một nghiên cứu vào năm 1979 của Đại học Minnesota do Mark Snyder và Nancy Cantor thực hiện, các đối tượng tham gia được đọc về cuộc sống một tuần của một cô gái giả tưởng tên Jane. Trong tuần đó, Jane đã thể hiện mình là người hướng ngoại trong một số trường hợp, và là người hướng nội trong một số trường hợp khác. Một vài ngày sau, những người tham gia thí nghiệm quay trở lại. Các nhà nghiên cứu chia họ thành hai nhóm và hỏi họ liệu Jane có thích hợp với một công việc cụ thể nào đó không. Một nhóm được hỏi là liệu cô ấy có thể trở thành một thủ thư tốt; nhóm còn lại được hỏi là liệu Jane có đảm nhiệm được công việc của một người môi giới bất động sản. Trong nhóm thủ thư, người ta nghĩ Jane là một người hướng nội, và ngược lại, trong nhóm môi giới bất động sản, ý kiến chung cho rằng Jane là một người hướng ngoại. Sau đó, các nhóm này được hỏi là liệu Jane có thể làm tốt công việc còn lại không, và lúc này thì những người tham gia bị ảnh hưởng bởi câu trả lời đầu tiên của chính mình, cho rằng cô ấy không phù hợp với công việc còn lại. Nghiên cứu này cho thấy ngay cả trong chính những ký ức của bản thân, bạn cũng có thể trở thành

nạn nhân của thiên kiến xác nhận, chỉ nhớ lại những điều hợp với niềm tin mới có của mình và quên đi những điều trái nghịch.

Một nghiên cứu tại bang Ohio năm 2009 cho thấy người ta có thể đọc một bài luận lâu hơn tới 36% nếu bài luận đó đồng quan điểm với họ. Một nghiên cứu khác lại cho các đối tượng xem những trích đoạn trong chương trình hài *The Colbert Report*, và kết quả cho thấy những người có quan điểm chính trị bảo thủ liên tục cho rằng “Colbert<sup>Ⓢ</sup> chỉ đang diễn và nói vui thôi chứ đó không phải là những gì ông ấy thực sự nghĩ.”

Qua thời gian, bằng việc không bao giờ tự tìm đến những phản đề, bằng việc tích tụ các đơn đặt mua tạp chí, những chồng sách và hàng ngàn giờ xem TV, bạn trở nên quá tự tin về thế giới quan của mình và không ai có thể thuyết phục bạn khác đi.

Hãy nhớ rằng ở ngoài kia luôn có những kẻ sẵn sàng bán lượng xem cho những nhà quảng cáo bằng việc cung cấp những tập khách hàng chỉ biết tìm sự công nhận các quan điểm của bản thân, bởi đây là những khách hàng béo bở nhất, dễ chiều nhất. Hãy tự đặt câu hỏi xem liệu mình có thuộc nhóm khách hàng đó không. Trong khoa học, con người tiến gần hơn tới sự thật bằng việc tìm ra những bằng chứng trái ngược. Có thể chính phương pháp này cũng cần phải được áp dụng lên các quan điểm cá nhân của bạn trong cuộc sống hàng ngày.

## THIÊN LỆCH NHẬN THỨC MUỘN

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Sau khi học được một điều mới, bạn nhận thức được rằng mình đã từng thiếu hiểu biết và sai lầm.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn thường nhìn lại những điều vừa mới học được và cho rằng mình đã biết hết từ lâu rồi.

---

— Biết ngay là kiểu gì đội này cũng sẽ thua mà.

— Đó là điều tôi nghĩ sẽ xảy ra.

— Đã bảo rồi mà.

— Đây rõ ràng là chuyện ai cũng phải biết.

— Tôi đã đoán trước là anh sẽ nói thế.

Đã bao nhiêu lần bạn nói những điều giống như trên và tin rằng đó là sự thật?

Bạn thường xuyên sửa đổi ký ức của mình để bản thân không trở thành một kẻ ngốc khi sự việc diễn ra không như bạn tiên lượng. Khi học được những điều mà bạn mong muốn mình biết từ trước, bạn cứ thế tự cho rằng bạn thực sự đã biết. Khuynh hướng này là một phần cơ bản trong tiềm thức mỗi con người, và được gọi là **thiên lệch nhận thức muộn** (*the hindsight bias*).

Hãy cùng nhìn vào kết quả của nghiên cứu sau đây:

Một nghiên cứu mới đây của Đại học Harvard cho thấy khi càng già đi, người ta càng có xu hướng giữ vững những quan niệm cũ và cảm thấy việc chấp nhận những thông tin mới có tính đối nghịch trở nên khó khăn hơn, đặc biệt là về những chủ đề quen thuộc. Điều này dường như củng cố cho câu: “Tre già khó uốn.”

Tất nhiên là phải thế rồi. Rõ ràng là bạn đã biết điều này ngay từ đầu; đó là một sự thật hiển nhiên.

Giờ thì hãy xem qua nghiên cứu tiếp theo nhé:

Một nghiên cứu từ Đại học Alberta cho thấy những người lớn tuổi, với kinh nghiệm dày dặn và những kiến thức đã thu thập được qua hàng thập kỷ tiếp xúc với truyền thông có thể hoàn thành bốn năm đại học trước thời hạn dễ dàng hơn nhiều so với một thanh niên 18 tuổi với bộ não còn đang phát triển. Điều này cho thấy bạn không bao giờ là quá già để có thể tiếp tục học hỏi.

Đợi chút. Cái này cũng có vẻ giống một sự thật hiển nhiên.

Vậy cái nào mới là đúng? Tre già khó uốn, hay là bạn không bao giờ là quá già để học tập?

Thực ra, cả hai *nghiên cứu* trên đều do tôi bịa ra. Chẳng cái nào trong hai cái đó là thật cả. Sử dụng những kết quả nghiên cứu giả như thế này là cách ưa thích của các nhà khoa học để chỉ ra thiên lệch nhận thức muộn. Cả hai đoạn trên đều có vẻ rất hợp lý là bởi vì khi bạn đọc được một điều mới, bạn nhanh chóng thu lại những ý kiến cũ của mình để có được sự thoải mái khi biết rằng mình luôn đúng.

Năm 1986, Karl Teigen, giờ là giảng viên tại Đại học Oslo, đã làm thí nghiệm yêu cầu sinh viên đánh giá những câu thành ngữ. Teigen đã cho



những người tham gia đọc những câu nói nổi tiếng và thông dụng để đánh giá. Khi đọc những câu như “Cái áo không làm nên thầy tu”, họ thường tỏ ra đồng tình. Bạn thì sao? Bạn có nghĩ điều đó đúng không? Từ kinh nghiệm của mình, bạn có thể chắc được rằng đây là sự thật? Thế còn câu “Nếu nó trông giống con vịt, bơi giống con vịt, và kêu giống con vịt, thì nó là con vịt” thì sao? Điều này cũng có vẻ cũng là hiển nhiên phải không? Vậy cái nào mới đúng?

Trong thí nghiệm của Teigen, hầu hết những người tham gia đều đồng tình với các câu thành ngữ được cho xem, kể cả khi chúng mang nghĩa đối lập. Khi được yêu cầu đánh giá câu “Tình yêu mạnh hơn nỗi sợ hãi”, họ đồng ý với quan điểm đó. Một lúc sau, khi đọc câu “Nỗi sợ hãi mạnh mẽ hơn tình yêu”, họ cũng lại đồng tình. Teigen đã cho thấy thứ mà bạn cho là sự thật hiển nhiên thực ra hầu hết đều không phải vậy. Thông thường, khi sinh viên, nhà báo và những người bình thường khác nghe về kết quả một nghiên cứu khoa học, họ sẽ nói “Phải rồi, đương nhiên là thế chứ”. Teigen đã chỉ ra được rằng đó chỉ là kết quả của thiên lệch nhận thức muộn mà thôi.

Bạn luôn nhìn lại con người cũ của mình, luôn xây dựng lại câu chuyện cuộc đời để nó khớp hơn với con người của bạn trong hiện tại. Con người có nhu cầu giữ một tâm trí sạch sẽ và ổn định để có thể lèo lái trong cuộc đời ngay từ thời tiền sử, khi chúng ta còn sống trong rừng rậm và thảo nguyên. Tâm trí rối ren sẽ hoạt động kém hiệu quả, và cơ thể mà nó điều khiển sẽ dễ dàng trở thành miếng mồi ngon. Một khi bạn học được từ sai lầm của mình, hoặc thay thế một thông tin mới, những thứ còn lại trở thành thừa thãi. Vì vậy bạn xóa nó khỏi bộ nhớ. Hành động xóa bỏ này là cách tự thanh lọc cổ xưa của tâm trí. Đúng là bạn đang tự nói dối bản thân, nhưng với một mục đích tốt. Bạn thu thập mọi thứ bạn biết về một chủ đề, mọi thứ bật ra trong tâm trí bạn và xây dựng nên một mô hình tâm trí mới.

Ngay trước khi tổng thống Nixon sang thăm Trung Quốc, một nhà nghiên cứu đã làm bản thăm dò đánh giá về khả năng một số sự kiện sẽ xảy ra trong chuyến đi của tổng thống. Sau đó, khi chuyến công du đã hoàn thành, biết rõ được kết quả, những người tham gia lại nhớ rằng mình đã đưa ra được dữ liệu tiên đoán chính xác hơn về kết quả chuyến đi. Điều tương tự cũng xảy ra sau vụ 11/9. Nhiều người dự đoán sẽ có một vụ tấn công khủng bố nữa xảy ra ngay sau đó, nhưng khi thực tế cho thấy không có gì xảy ra, những người này đã nhớ lại rằng mình đã đưa ra dự đoán thấp hơn nhiều.

Thiên lệch nhận thức muộn có một người anh em họ gần với tên gọi **sự tự nghiệm sẵn có** (*availability heuristic*). Bạn có xu hướng tin những mẫu chuyện nhỏ, hay những tin tức giật gân cá biệt đại diện cho bức tranh toàn cảnh nhiều hơn thực tế. Nếu bạn thấy dạo gần đây có nhiều tin bài về những vụ cá mập tấn công, bạn sẽ nghĩ là: “Ôi trời, lũ cá mập này mất kiểm soát rồi.” Trong khi điều mà bạn thực sự cần phải nghĩ là: “Trời ạ, sao dạo này mấy trang báo thích đưa tin về cá mập thế không biết.” Sự tự nghiệm sẵn có cho thấy bạn suy nghĩ và quyết định hành động dựa trên những thông tin hiện đang có trong tay mà bỏ qua những thông tin có thể có mà mình chưa biết. Bạn cũng làm điều tương tự với thiên lệch nhận thức muộn: Suy nghĩ và quyết định hành động dựa trên những thứ bạn đang biết, bỏ qua những điều bạn đã biết.

Nhận thức về sự tồn tại của thiên lệch nhận thức muộn sẽ trang bị cho bạn một liều nghi ngờ cần thiết khi nghe những chính khách và doanh nhân nói về quyết định trong quá khứ của họ. Và cũng hãy nhớ tới điều này khi lần tới bạn tham gia vào một cuộc tranh cãi trên mạng, cãi nhau với người yêu hay vợ hoặc chồng – đối phương thực sự tin rằng họ chưa bao giờ sai cả, và bạn cũng vậy.

## SỰ NGUY BIÊN CỦA TAY THIÊN XẠ TEXAS

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn biết cách tính tới sự ngẫu nhiên khi xác định nguyên nhân và kết quả.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn có xu hướng bỏ qua sự ngẫu nhiên khi kết quả có vẻ có ý nghĩa, hoặc khi bạn muốn một sự việc ngẫu nhiên có nguyên nhân hợp lý.

---

Abraham Lincoln và John F. Kennedy đắc cử tổng thống Hoa Kỳ cách nhau đúng 100 năm. Cả hai bị bắn chết bởi hai tên sát thủ với tên gọi gồm ba từ và tổng số chữ cái là 15: John Wilkes Booth và Lee Harvey Oswald. Hai tên sát thủ này cũng đều không sống đến ngày xét xử. Nghe trùng hợp đáng sợ nhỉ? Nhưng còn nữa đây. Kennedy có một người thư ký tên là Lincoln. Hai vị tổng thống đều bị ám sát vào một ngày thứ Sáu khi đang ngồi cạnh vợ mình. Lincoln bị bắn trong nhà hát Ford, còn Kennedy bị bắn khi đang đi trên một chiếc xe Lincoln của hãng Ford. Cả hai người đều được kế nhiệm bởi một người mang họ Johnson – Andrew cho Lincoln và Lyndon cho Kennedy. Andrew Johnson sinh năm 1808, còn Lyndon Johnson sinh năm 1908. Tại sao lại có sự trùng hợp quái lạ thế này được?

Năm 1898, nhà văn Morgan Robertson viết một cuốn tiểu thuyết mang tựa đề *Futility* (*Sự Vô Vọng*). Được viết 14 năm trước thảm họa Titanic, 11 năm trước khi con tàu được khởi công, nhưng những chi tiết trong cuốn

sách và ngoài đời thật có sự giống nhau kỳ lạ. Cuốn tiểu thuyết nói về một con tàu lớn mang tên Titan, được tin là không thể chìm. Nó là con tàu lớn nhất từng được chế tạo, và bên trong được thiết kế như một khách sạn sang trọng – giống hệt với con tàu còn chưa được lên khung Titanic. Titan chỉ có 20 xuống cứu hộ, một nửa so với số lượng cần thiết trong trường hợp nó bị đắm. Con tàu Titanic ngoài đời thật có 24 xuống, cũng chỉ bằng một nửa so với số lượng cần phải có. Trong cuốn sách, tàu Titan đâm vào một tảng băng trôi vào tháng Tư khi cách Miền Đất Mới 400 dặm. Vài năm sau, tàu Titanic gặp phải thảm họa tương tự cũng vào tháng Tư và cũng tại địa điểm đó. Tàu Titan chìm đã khiến hơn một nửa số hành khách thiệt mạng, giống như những gì đã xảy ra với Titanic. Số người tử vong trong truyện và ngoài đời là gần như y hệt nhau. Nhưng sự trùng hợp không dừng lại ở đó. Con tàu tưởng tượng Titan và con tàu thật Titanic đều có 3 chân vịt và 2 cột buồm. Cả hai đều có khả năng chuyên chở 3000 hành khách. Cả hai đều đâm phải một tảng băng trôi lúc gần nửa đêm. Liệu có phải Robertson là một nhà tiên tri? Sao mà trùng hợp được tới vậy?

Trong khoảng những năm 1500, Nostradamus đã viết những câu thơ sau:

B'tes farouches de faim fleuves tranner  
Plus part du champ encore Hister sera.  
En caige de fer le grand sera treisner,  
Quand rien enfant de Germain observa.

Đoạn này thường được dịch là:

Hàng đàn quỷ đói tràn qua sông,  
Đại chiến dồn công chống Hister.  
Vĩ nhân than khóc trong lồng sắt,  
Đứa con nước Đức lộng pháp quyền.

Nghe có vẻ đáng sợ nhỉ, nhất là khi bạn liên tưởng đến một nhân vật có ria mép sinh ra vào khoảng 400 năm sau. Dưới đây là một lời sấm truyền nữa:

Từ vùng sâu thẳm xứ miền Tây  
Dưới mái nhà tranh sẽ ra đời  
Nhờ vào miệng lưỡi, bao người mến  
Danh tiếng tràn qua đất miền Đông.

Chu choa! Hister nghe gần giống Hitler phải không? Và đoạn thứ hai lại càng có vẻ rõ hơn. Thực ra, rất nhiều lời tiên tri của Nostradamus nói về một kẻ đến từ nước Đức, gây nên một cuộc chiến cực kỳ khốc liệt, và rồi chết một cách bí hiểm. Sao lại có thể trùng hợp đến vậy?

Nếu bạn thấy bất cứ điều gì trên đây có vẻ quá tuyệt vời để có thể là sự trùng hợp, quá kỳ lạ để có thể là ngẫu nhiên, quá giống nhau để có thể là may rủi, thì bạn không thông minh lắm rồi. Xin phép cho tôi được giải thích.

Giả dụ nhé, bạn đi hẹn hò, và khi gặp đôi phương, bạn thấy họ cũng lái cùng một mẫu xe hơi, chỉ khác màu thôi. Ừ có vẻ hay đó, nhưng chưa có gì đặc biệt.

Ngồi nói chuyện một lúc, bạn được biết tên của mẹ họ cũng giống tên mẹ bạn, và hai bà mẹ còn có chung ngày sinh nhật nữa. Chờ chút, có vẻ thú vị ghê. Có thể đúng là bàn tay của số phận đang đẩy bạn tới gần đôi phương chẳng? Sau đó nữa, bạn phát hiện ra cả hai đều sở hữu trọn bộ *Monty Python's Flying Circus*, và hồi còn bé cả hai đều rất yêu thích *Rescue Rangers*. Cả hai người đều thích ăn pizza, nhưng ghét củ cải Thụy Điển. Thôi đúng rồi, số phận sắp đặt cả rồi, bạn và đôi phương sinh ra là để dành cho nhau.

Nhưng hãy dừng lại một chút và bước lùi lại một bước xem. Rồi. Lùi thêm bước nữa đi. Bao nhiêu người trên thế giới sở hữu mẫu xe hơi đó? Bạn và đôi phương có tuổi sần sần nhau, vậy thì hai bà mẹ cũng phải như vậy, và bởi vậy tên của họ có lẽ là một cái tên khá phổ biến thời đó. Bởi vì bạn và đôi phương có lai lịch gần giống nhau, lớn lên trong cùng một thập

kỷ, nên hai người gần như chắc chắn là đều xem những chương trình TV giống nhau hồi bé. Còn *Monty Python* thì ai chả thích. Pizza cũng là món khoái khẩu của rất nhiều người. Và cũng chẳng ít người ghét củ cải Thụy Điển.

Nhìn lại tất cả những yếu tố trên từ một góc nhìn xa hơn, bạn có thể chấp nhận sự thật rằng đó chỉ là sự trùng hợp ngẫu nhiên. Bạn đã bị đánh lừa bởi những dấu hiệu mà quên mất về những nhiễu động khác. Khi chúng có ý nghĩa nhất định, bạn bỏ qua tính ngẫu nhiên, và quên mất rằng ý nghĩa là khái niệm do con người tạo ra. Những gì diễn ra trong đầu bạn chính là **sự ngẫu biến của tay thiện xạ Texas**.

Tên của sự ngẫu biến này khởi nguồn từ giai thoại về một chàng cao bồi tập bắn súng. Anh ta bắn liên tiếp vào hông của căn nhà gỗ, dần dần có tới hàng trăm vết đạn găm lên đó. Có những điểm thì đạn găm chi chít, có những chỗ lại không có mấy. Sau đó, chàng cao bồi lấy sơn và vẽ vòng tròn đồng tâm với điểm giữa ở chỗ có nhiều vết đạn nhất. Vậy là anh ta có thể khoe rằng mình là một thiện xạ. Bằng việc vẽ bia tập bắn vào chỗ có nhiều đạn găm nhất, chàng cao bồi đã đề một trật tự sắp xếp giả tạo lên sự phân bố ngẫu nhiên. Sở hữu bộ não người, bạn cũng làm điều này hàng ngày. Chọn lọc những điều trùng hợp trong một tập ngẫu nhiên là một trong những lỗi dễ đoán của logic loài người.

Khi bạn đang bị choáng ngợp bởi lời sấm truyền của Nostradamus về Hitler, bạn quên mất rằng ông ta đã viết hơn 1000 lời tiên tri vô cùng chung chung, và phần lớn chẳng có ý nghĩa gì. Chuyện sẽ còn bớt thú vị hơn nhiều khi bạn biết được rằng Hister thực chất là tên tiếng Latin của sông Danube. Khi còn đang trầm trồ về những sự giống nhau giữa tàu Titan và tàu Titanic, bạn đã bỏ qua những chi tiết như là trong tiểu thuyết thì chỉ có 13 người sống sót, con tàu chìm ngay tức khắc, và thực ra thì tàu Titan đã vượt đại

đương nhiều lần rồi, chưa kể là nó còn dùng buồm nữa. Trong cuốn tiểu thuyết, một trong những người sống sót còn phải chiến đấu với một con gấu Bắc cực trước khi được cứu. Khi bạn còn đang ngạc nhiên về mối liên hệ giữa Lincoln và Kennedy, bạn đã bỏ qua việc Kennedy là người Công giáo, trong khi Lincoln được sinh ra trong một gia đình theo đạo Baptists. Kennedy đã bị bắn bằng một khẩu súng bắn tia, trong khi Lincoln bị giết hại bởi một khẩu súng lục. Kennedy bị ám sát ở Texas, còn Lincoln thì ở Washington D. C. Kennedy có mái tóc nâu bóng, trong khi Lincoln thì tóc đen rậm và dày.

Trong cả ba ví dụ trên, có tới hàng trăm hàng nghìn những điểm khác nhau ở mỗi trường hợp, nhưng bạn lại bỏ qua hết. Sau đó bạn vẽ vòng tròn bia tập bắn xung quanh chỗ có nhiều đạn găm nhất, là một vài điểm có sự trùng hợp. Và thế là... ôi chao! Nếu thiên lệch nhận thức muộn và thiên kiến xác nhận có một đứa con, chắc chắn nó có tên là sự nguy biến của tay thiện xạ Texas.

Để sản xuất một chương trình truyền hình thực tế, có tới hàng trăm giờ phim tư liệu được quay. Việc cô đọng lại các đoạn phim đó vào một giờ chiếu chính là hành động vẽ bia tập bắn lên những lỗ đạn. Họ tìm ra những câu chuyện từ các khoảnh khắc đời thường, chọn lọc những đoạn đúng ý và bỏ đi phần còn lại. Điều này có nghĩa là họ có thể tạo nên bất cứ câu chuyện logic nào mà họ muốn từ đám hỗn độn những thước phim đã quay. Có thực là cô gái đó rất xấu tính? Có thực là chàng trai nhuộm da, tóc vuốt keo ngốc nghếch đến như vậy? Trừ khi bạn có thể lùi lại và nhìn toàn bộ bức tường của căn nhà gỗ, bạn sẽ chẳng thể nào biết được.

Sự nguy biến này không chỉ hiện hữu trong những chương trình truyền hình thực tế, những sự thật thú vị về các vị tổng thống, hay những sự trùng hợp kỳ lạ đáng sợ. Việc sử dụng nó để xác định nguyên do từ kết quả có thể

gây hại cho nhiều người. Một trong những lý do mà các nhà khoa học phải dùng các thí nghiệm mới để phản biện lại một giả thiết là để tránh lối suy biện này. Đây cũng là mối quan tâm đặc biệt của các nhà dịch tễ học khi nghiên cứu về các nguyên nhân gây bệnh. Nếu bạn nhìn vào một tấm bản đồ của nước Mỹ với các chấm thể hiện những nơi có tỷ lệ người mắc ung thư cao nhất, bạn có thể dễ dàng tìm ra những khu vực tập trung nhiều người bệnh. Có vẻ như đây là chỉ dấu rõ ràng về những nơi có nguồn nước ngầm bị nhiễm độc, nơi trường điện từ từ các đường dây điện cao áp đang gây ảnh hưởng lên con người, nơi mà các tháp phát sóng di động đang đốt cháy nội tạng của những người sống gần đó, hay là nơi đã từng xảy ra những vụ thử bom hạt nhân. Một bản đồ như thế này chẳng khác gì bức tường của căn nhà gỗ trong câu chuyện về chàng cao bồi cả, và đưa ra giả thiết một cách thiếu căn trọng về nguyên nhân gây ung thư cũng giống y như việc vẽ bia tập bắn vậy. Thực tế cho thấy, thường thì những cụm dân cư có tỷ lệ ung thư cao không phải là hệ quả từ các vấn đề ô nhiễm môi trường đáng sợ mà là từ nhiều nhân tố khác. Họ hàng thường sống ở gần nhau. Những người già có xu hướng chọn cùng một chỗ để nghỉ hưu. Các thói quen ăn uống, hút thuốc và luyện tập của những người ở trong cùng một khu vực thường giống nhau. Và, quan trọng nhất, cứ ba người thì sẽ có một người mắc một loại ung thư nào đó trong cuộc đời của mình. Nhưng việc chấp nhận sự thật rằng sự tập trung về chỗ ở của những người mắc ung thư hay những thứ tương tự chỉ là do ngẫu nhiên thì vô cùng không thỏa mãn. Sự bất lực, cảm giác yếu ớt trước sức mạnh của sự may rủi có thể bị giảm bớt phần nào khi xuất hiện một kẻ phản diện. Nhiều lúc bạn chỉ cần có một kẻ xấu, và sự nguy hiểm của tay thiện xạ Texas là cách mà bạn tạo ra kẻ xấu đó.

Theo Trung tâm Kiểm soát Dịch bệnh, trường hợp mắc bệnh tự kỷ ở trẻ 8 tuổi tăng tới 57% trong khoảng từ năm 2002 đến 2006. Nhìn lại số liệu từ



20 năm trước thì con số này đã tăng tới 200%. Ngày nay, cứ 70 bé trai thì có 1 trẻ mắc một dạng nào đó của chứng tự kỷ. Đây thực sự là những con số vô cùng đáng sợ. Các bậc phụ huynh khắp nơi trên thế giới lo lắng. Phải có thứ gì đó khiến số trẻ tự kỷ tăng đột biến chứ, đúng không? Lúc đầu, bia tập bắn đã được vẽ quanh các loại vaccine, bởi vì các triệu chứng của bệnh tự kỷ bắt đầu xuất hiện vào khoảng thời điểm sau khi trẻ được tiêm phòng. Một khi đã có mục tiêu để nhắm vào, họ không nhìn thấy những mối liên hệ khác nữa. Sau hàng năm trời nghiên cứu và tiêu tốn hàng triệu đô-la, vaccine đã được minh oan, nhưng rất nhiều người không chấp nhận sự thật này. Lấy vaccine ra để chỉ trích, trong khi bỏ qua hàng triệu tác nhân khác cũng giống như việc chỉ ra rằng tàu Titan đã đâm vào băng trôi, nhưng lại không nhắc tới việc nó dùng buồm vậy.

Chuỗi may mắn tại sòng bạc, những bàn tay vàng trong trận bóng rổ, một nhà thờ may mắn tránh được cơn lốc xoáy – tất cả đều là ví dụ của việc con người tìm thấy ý nghĩa sau khi sự việc đã xảy ra, khi sự ngẫu nhiên đã an bài, những con số đã được lật mở. Bạn bỏ qua những lần thua, những lần bóng không rơi trúng rổ, và tất cả những căn nhà mà trận lốc xoáy đã phá tan.

Trong Thế chiến thứ hai, người dân London nhận thấy những trận ném bom luôn tránh một số khu dân cư. Người ta bắt đầu nghi ngờ rằng gián điệp của Đức đang nằm vùng tại đó. Thực tế không phải vậy. Phân tích số liệu sau này của nhà tâm lý học Daniel Kahneman và Amos Tversky cho thấy mô hình ném bom của quân đội Đức hoàn toàn là ngẫu nhiên.

Ở bất cứ đâu mà người ta cố gắng tìm kiếm một ý nghĩa nào đó, bạn sẽ tìm thấy ví dụ cho sự nguy hiểm của tay thiện xạ Texas. Đối với nhiều người, cuộc sống sẽ mất đi sự thú vị và ý nghĩa nếu phải chấp nhận rằng đột biến ngẫu nhiên là một trong những nguyên nhân chúng ta có đôi mắt, hoặc

là một vết cháy trên vỏ bánh mì nướng chỉ ngẫu nhiên trông giống với khuôn mặt một ai đó.

Nếu bạn tráo một bộ bài và rút ra 10 lá, xác suất để rút ra bộ 10 lá khác nhau lên tới con số hàng tỷ. Nếu bạn rút được một bộ cùng chất theo đúng thứ tự, khá là ấn tượng đó, nhưng xác suất để bộ đó xuất hiện cũng chẳng khác gì bất kỳ bộ 10 lá nào khác cả. Ý nghĩa của chúng là do con người tự quy định.

Nhìn ra cửa sổ đi. Bạn có thấy cái cây đó không? Khả năng để nó mọc lên đúng tại vị trí đó, trên đúng hành tinh này, xoay quanh đúng ngôi sao này, trong đúng dải ngân hà này trong vũ trụ là cực kỳ nhỏ, nhỏ tới nỗi dường như việc ấy phải có ý nghĩa gì đó. Nhưng ý nghĩa chỉ là thứ trong tưởng tượng của bạn mà thôi. Bạn đang vẽ bìa tập bắn lên một lỗ đạn trên một bức tường gỗ rộng lớn. Khả năng nó mọc lên ở đúng vị trí hiện tại cũng chẳng nhỏ hơn so với khả năng nó mọc lên ở mảnh đất bên cạnh. Điều tương tự cũng đúng khi bạn nhìn quanh sa mạc và thấy một con thằn lằn, nhìn lên trời và thấy một đám mây, hay nhìn vào khoảng không và chỉ thấy các nguyên tử hydro bay lượn. Chắc chắn 100% sẽ có thứ ở đó, ở bất kỳ đâu bạn nhìn, nhưng nhu cầu về ý nghĩa là thứ thay đổi điều mà bạn cảm thấy về sự vật sự việc đó.

Việc chấp nhận rằng sự hỗn độn, vô tổ chức và các biến cố ngẫu nhiên định đoạt cuộc sống của bạn, hay thậm chí cao hơn, là định đoạt quy luật của chính vũ trụ, là vô cùng khó khăn. Bạn sử dụng kiểu ngụy biện của tay thiện xạ Texas khi cần có một khuôn mẫu để tạo ra ý nghĩa, để tự an ủi mình, hay để đổ lỗi. Bạn cắt tỉa vườn tược, sắp xếp bộ dao nĩa bạc, chải tóc ngay ngắn. Bất cứ khi nào có thể, bạn cũng cố gắng chống lại sức mạnh của entropy<sup>⊙</sup> và đập tan sự xáo trộn không ngừng của nó. Bạn làm điều này một

cách bản năng. Bạn cần có trật tự. Trật tự giúp con người sống dễ dàng hơn, có thể lèo lái tốt hơn trong cuộc đời đầy bất trắc.

Khả năng nhận dạng khuôn mẫu giúp người tiền sử tìm thức ăn và tự bảo vệ tốt hơn. Bạn đang hiện diện trên thế giới này là bởi tổ tiên của bạn nhận dạng được các kiểu mẫu và thay đổi hành vi của mình để có thể kiếm ăn tốt hơn, thay vì bị ăn. Sự tiến hóa đã khiến chúng ta trở thành những sinh vật luôn tìm kiếm những núi ngẫu nhiên chông chát.

Carl Sagan đã nói rằng trong không gian vũ trụ rộng lớn và sự vĩ đại của thời gian, đối với ông niềm vui lớn nhất là được chung sống trên cùng một hành tinh và cùng một khoảng thời gian với vợ mình. Mặc dù ông biết rằng chẳng phải định mệnh đã đưa họ tới với nhau, nhưng nó cũng chẳng mang đi niềm hạnh phúc khi ông ở bên bà.

Bạn nhìn thấy các khuôn mẫu ở khắp mọi nơi, một số được tạo ra bởi sự ngẫu nhiên và chẳng mang ý nghĩa gì. Đặt trên nền nhiễu động của xác suất, chắc chắn sẽ có lúc mọi thứ sắp thẳng hàng mà chẳng cần lý do gì cả. Đó là cách mà thế giới vận hành. Nhận thức được điều này là một phần thiết yếu trong việc bỏ qua sự ngẫu nhiên khi nó không quan trọng, và nhận ra được những thứ thực sự có ý nghĩa đối với bạn trên hành tinh này, tại thời điểm này.

## SỰ TRÌ HOÃN

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn thường trì hoãn công việc bởi vì bạn là một kẻ lười biếng và không biết cách kiểm soát thời gian của mình.

### SỰ THẬT LÀ

Sự trì hoãn được thúc đẩy khi bạn yếu đuối trước những cám dỗ và không tự ngẫm về các suy nghĩ của bản thân.

Netflix có lẽ đã cho bạn thấy điều gì đó về hành vi của bản thân mà tới giờ chắc hẳn bạn cũng đã phải nhận ra, một thứ luôn chen vào giữa bạn và những việc mà bạn muốn hoàn thành. Nếu bạn có tài khoản Netflix, đặc biệt là nếu bạn dùng nó trên TV nữa, khả năng là bạn đã tích cóp tới hàng trăm tựa phim mà bạn nghĩ ngày nào đó sẽ lôi ra xem phải không?

Hãy nhìn vào danh sách đó. Sao lại có nhiều phim tài liệu và phim sử thi nằm đóng bụi vậy? Tới thời điểm này có lẽ bạn đủ khả năng vẽ lại được ảnh bìa của phim *Dead Man Walking* từ trí nhớ rồi. Vậy sao bạn lại cứ lướt qua nó mà không nhấn vào để xem?

Các nhà tâm lý học thực ra đã biết câu trả lời cho việc tại sao bạn cứ tiếp tục cho thêm vào bộ sưu tập những phim bạn sẽ chẳng bao giờ xem. Đó cũng là lý do cho việc bạn tin rằng tới một lúc nào đó bạn sẽ làm điều tốt nhất cho bản thân ở những lĩnh vực khác, nhưng rồi cuối cùng lại không làm.

Trong một nghiên cứu được thực hiện vào năm 1999 bởi Read, Loewenstein, và Kalyanaraman, các nhà nghiên cứu đã cho người tham gia lựa chọn 3 trong tuyển tập 24 bộ phim để xem. Một số là những phim đơn giản và dễ xem như *Sleepless in Seattle* hay *Mrs. Doubtfire*. Số còn lại là những phim mang tính hàn lâm hơn như *Schindler's List* hay là *The Piano*. Nói cách khác thì đây là sự lựa chọn giữa những bộ phim vui vẻ, dễ quên, và những bộ phim đáng nhớ nhưng cần phải cố gắng một chút mới hiểu được. Sau khi lựa chọn, những người tham gia sẽ phải xem ngay một phim. Rồi xem một phim nữa sau đó hai hôm. Và xem phim cuối cùng cách phim thứ hai thêm hai hôm nữa. Hầu hết mọi người đều chọn *Schindler's List* trong bộ ba phim họ sẽ xem. Họ biết rằng đó là một tuyệt tác điện ảnh – bạn bè họ đều nói vậy mà, chưa kể là bộ phim này cũng giành một loạt những giải thưởng danh giá nữa. Nhưng hầu hết mọi người lại đều không chọn xem phim này vào ngày đầu tiên. Thay vào đó, phần lớn đều chọn một phim dễ hiểu để xem trước. Chỉ có 44% chọn các phim được đánh giá là khó nuốt cho lượt xem đầu tiên. Số đông đều chọn những phim hài dạng như *The Mask* hay là những bom tấn hành động như *Speed* khi biết rằng họ phải xem ngay lập tức. Những người lên kế hoạch xem các phim mang tính hàn lâm ở ngày thứ hai chiếm tới 63%, và ở ngày cuối cùng là 71%. Sau đó, các nhà khoa học cho chạy thử thí nghiệm một lần nữa, lần này yêu cầu người tham gia phải xem cả 3 phim liền một lúc. Trong thí nghiệm lặp lại này, số người chọn *Schindler's List* ít hơn 13% so với ban đầu. Các nhà nghiên cứu cho rằng kết quả này cho thấy người ta thích chọn đồ ăn vặt trước, rồi mới lên kế hoạch cho những bữa lành mạnh trong tương lai.

Nhiều nghiên cứu đã cho thấy rằng bạn thường có biến động ưu tiên theo thời gian. Khi được hỏi bạn sẽ chọn ăn hoa quả hay bánh ngọt vào tuần sau, khả năng cao là bạn sẽ chọn hoa quả. Một tuần sau đó, khi đứng giữa các lựa chọn thực tế: một bên là miếng bánh sôcôla Đức và một bên là quả

táo, nhiều khả năng bạn sẽ chọn miếng bánh thay vì quả táo. Các số liệu thống kê đã minh chứng cho điều này.

Đây là lý do tại sao bộ sưu tập phim trên Netflix của bạn chứa đầy những tựa đề kinh điển nhưng bạn lại luôn lướt qua chúng để nhấn vào xem *Family Guy*. Với Netflix, việc lựa chọn giữa phim để xem ngay bây giờ và phim để xem sau cũng giống với việc chọn lựa giữa thanh kẹo ngọt và củ cà rốt. Khi lên kế hoạch cho tương lai, thiên thần trên vai bạn chỉ vào những thứ có ích, nhưng tại thời điểm quyết định thì bạn sẽ chọn việc tận hưởng thứ ngon hơn.

Điều này đôi khi được gọi là **thiên kiến hiện tại** – việc không nhận thức được rằng ý muốn của bạn có thể thay đổi, và thứ mà bạn muốn bây giờ có thể sẽ không còn là thứ mà bạn muốn sau này. Thiên kiến hiện tại là thủ phạm khiến bạn phải vứt bỏ chỗ xà lách và chuối đã hỏng đi vì nhớ mua mà quên không ăn. Đây là lý do mà khi còn là một đứa trẻ, bạn thắc mắc tại sao người lớn không còn chơi đồ chơi. Thiên kiến hiện tại là nguyên nhân khiến danh sách quyết tâm đầu năm của bạn không đổi trong 10 năm liên tiếp. Nhưng năm nay sẽ khác. Bạn sẽ giảm cân thành công và tập luyện để có được sáu múi cơ bụng chắc khỏe tới mức tên xuyên không thủng, nhỉ?

Bạn đứng lên bàn cân. Bạn mua những đĩa DVD hướng dẫn tập luyện. Bạn đặt mua một bộ tạ. Rồi một ngày, bạn đứng trước lựa chọn giữa việc ra ngoài chạy bộ hoặc nằm nhà xem phim, và đương nhiên là bạn sẽ chọn phim rồi. Một ngày khác bạn đi chơi với lũ bạn và phải chọn giữa chiếc bánh burger phô mai thơm lừng và một đĩa salad. Sau một hồi cân nhắc thì bạn chọn chiếc bánh. Những sự sơ suất nho nhỏ, những cái tắc lười trở nên thường xuyên hơn, nhưng bạn vẫn tự khẳng định với bản thân là rồi bạn sẽ bắt đầu luyện tập. Bạn sẽ bắt đầu lại từ thứ Hai, và rồi thứ Hai tuần này trở thành thứ Hai tuần sau. Những cái tắc lười nho nhỏ đã đánh gục ý chí quyết

tâm của bạn. Và khi mà mùa đông tới, có lẽ bạn đã tự biết quyết tâm cho năm sau của mình là gì rồi.

Sự trì hoãn hiện diện ở khắp mọi góc ngách trong cuộc sống của bạn.

Bạn đợi cho tới phút chót mới mua quà Giáng sinh. Bạn trì hoãn việc tới gặp nha sĩ, đi khám định kỳ, hay là kê khai nộp thuế. Bạn quên mất không đăng ký đi bầu cử. Bạn cần phải thay dầu xe. Đang có một chồng bát đĩa ngày càng cao hơn trong chậu rửa. Chẳng phải là bạn nên giặt quần áo ngay bây giờ để khỏi phải mất cả một ngày Chủ Nhật ngồi giặt hết đống đồ tích tụ của cả tuần sao?

Nhưng đôi khi rủi ro bạn phải đối mặt lại cao hơn nhiều so với việc chọn giữa chơi Angry Birds hay là tập thể dục. Có thể là một bản kế hoạch lớn sắp phải trình, một bài luận án, hay là một cuốn sách.

Bạn sẽ làm nó. Bạn sẽ bắt đầu từ ngày mai. Bạn sẽ dành thời gian để học một ngôn ngữ mới, để học chơi một nhạc cụ. Và có một danh sách ngày càng dài những quyển sách mà bạn sẽ đọc trong tương lai.

Trước khi làm những điều trên, có khi bạn cần phải kiểm tra email một chút đã. Rồi lướt qua Facebook xem có gì mới không. À, một cốc cà phê cho tỉnh táo nữa nhỉ, cũng không tốn thời gian lắm đâu mà. Xem mấy tập phim bạn thích nữa nhé.

Bạn có thể cố chống lại thế lực vô hình này. Bạn bỏ tiền ra mua sổ lịch trình và chương trình lập kế hoạch trên điện thoại. Bạn có thể tự viết cho mình những ghi chú và điền đầy vào thời gian biểu. Bạn có thể trông giống một kẻ nghiện việc, bao vây bởi những công cụ làm cho cuộc sống trở nên hiệu quả hơn. Nhưng những thứ này chẳng giúp ích gì mấy, bởi vì vấn đề không phải là cách bạn quản lý thời gian – vấn đề nằm ở chỗ bạn là một nhà

hoạch định chiến thuật tồi trong cuộc chiến diễn ra bên trong bộ não của chính mình.

Sự trì hoãn len lỏi khắp mọi góc ngách trong đời sống của con người, tới nỗi đã có hơn 600 đầu sách đang nằm trên kệ hứa hẹn có thể giúp bạn thoát khỏi nó. Và chỉ trong năm nay thôi đã có thêm 120 đầu sách mới về vấn đề này được xuất bản. Rõ ràng đây là một căn bệnh mà ai cũng mắc phải, vậy tại sao nó lại khó trị đến vậy?

Để giải thích cho vấn đề này, hãy nghĩ tới sức mạnh của những viên kẹo dẻo.

Walter Mischel đã từng tiến hành nhiều thí nghiệm với trẻ con tại Đại học Stanford vào những năm 60 và 70. Ông và đồng nghiệp đã cho chúng những lời đề nghị hấp dẫn. Lũ trẻ tham gia thí nghiệm ngồi trước một cái bàn có để một chiếc chuông và một số món bánh kẹo. Chúng được phép chọn giữa bánh mỳ pretzel, bánh quy, và một viên kẹo dẻo lớn. Các nhà nghiên cứu nói với những đứa trẻ là chúng có thể ăn món mình thích ngay lập tức, hoặc cố gắng chờ. Nếu chúng chịu khó chờ thì sẽ được nhận đôi số bánh kẹo. Nếu chúng không thể chờ nổi nữa thì sẽ phải rung chuông và thí nghiệm sẽ dừng lại.

Một số đứa trẻ chẳng buồn kiềm chế bản thân và ăn ngay lập tức. Số khác thì nhìn chằm chằm vào món mà chúng thích nhất cho tới khi phải chịu khuất phục trước cám dỗ. Nhiều đứa vịn vẹo người vì khó chịu, nhúc nhích tay chân trong khi cố nhìn ra chỗ khác. Có những đứa tạo ra những tiếng động buồn cười. Và cuối cùng thì  $\frac{1}{3}$  trong số đó đã không thể kiềm chế. Thí nghiệm với mục đích ban đầu là tìm hiểu về sự kiểm soát ham muốn, giờ đây sau vài thập kỷ, đã gieo mầm cho những khám phá thú vị về siêu nhận thức – tư duy về tư duy.



Mischel đã theo dõi cuộc sống của tất cả những đứa trẻ tham gia thí nghiệm trên qua thời trung học, những năm tháng đại học, cho tới lúc họ trưởng thành, bắt đầu có con, có việc làm và vay tiền mua nhà. Kết quả nghiên cứu của ông cho thấy những đứa trẻ có khả năng chiến thắng cám dỗ của món lợi trước mắt để nhận được phần thưởng hậu hĩnh hơn không hề thông minh hơn hay ít tham lam hơn nhóm còn lại. Những đứa trẻ này chỉ đơn giản là biết cách tự đánh lừa bản thân để làm việc có lợi hơn cho mình. Chúng nhìn vào những bức tường thay vì đồ ăn. Chúng dậm chân thay vì ngửi mùi kẹo ngọt. Việc phải chờ đợi trong thí nghiệm đó giống như một sự hành hạ đối với tất cả các đối tượng tham gia, nhưng có những đứa trẻ ý thức được rằng chúng sẽ không thể kiềm chế được bản thân nếu chỉ ngồi đó và nhìn chăm chăm vào những miếng kẹo ngon lành. Những đứa trẻ có khả năng kiểm soát ham muốn tốt hơn cũng sử dụng khả năng đó để có được cuộc sống thỏa mãn hơn. Còn những đứa trẻ rung chuông sớm thì bị dính vào nhiều rắc rối liên quan tới hành vi hơn. Trung bình cộng điểm SAT chênh lệch giữa những đứa trẻ đã nhịn tới cuối cùng và những đứa chọn ăn kẹo ngay lên tới 200 điểm.

Tư duy về tư duy, tự ngẫm về các suy nghĩ, đó chính là điểm mấu chốt. Trong cuộc chiến dai dẳng giữa muốn và nên, có những người đã ngộ ra điều tối quan trọng – muốn sẽ không bao giờ biến mất. Bản chất của sự trì hoãn chỉ đơn giản là việc bạn chọn làm điều mình muốn thay vì điều cần làm bởi vì bạn đâu thể lên kế hoạch cho những lần bị cám dỗ. Bạn thực sự rất kém trong việc dự đoán trước trạng thái tâm lý của mình. Và lại càng chẳng giỏi giang gì trong việc lựa chọn giữa *bây giờ* và *để sau*. Chắc bạn cũng biết rằng, *để sau* là một nơi vô cùng tăm tối mà bất kỳ điều gì cũng có thể đi sai hướng.

Nếu tôi đề nghị đưa bạn 50 đô-la ngay bây giờ, hoặc là đưa 100 đô-la sau một năm, bạn sẽ chọn phương án nào? Rõ ràng là bạn sẽ lấy luôn 50 đô-

la phải không? Ăn chắc mặc bền, ai mà biết được điều gì sẽ xảy ra trong vòng một năm tới. Được rồi, vậy sẽ ra sao nếu tôi thay đổi đề xuất: 50 đô-la sau 5 năm, hoặc là 100 đô-la sau 6 năm? Về cơ bản thì chẳng có gì thay đổi trong đề xuất của tôi, ngoại trừ việc có một khoảng thời gian trì hoãn. Vậy mà bây giờ thì bạn có vẻ thiên phía sẽ chờ nhận luôn cả 100 đô-la phải không? Đẳng nào cũng mất công đợi mà. Nếu đưa đề xuất này cho một sinh vật có logic thuần túy thì hẳn nó sẽ nghĩ: “nhiều hơn là nhiều hơn” và sẽ luôn chọn phương án với số tiền lớn hơn trong cả hai trường hợp. Vấn đề là ở chỗ bạn không phải là một sinh vật logic thuần túy. Khi đối mặt với hai món hời, bạn luôn có xu hướng chọn thứ mà bạn có thể hưởng thụ ngay thay vì phải chờ đợi, kể cả là khi phần thưởng cho sự chờ đợi có lớn hơn nhiều đi chăng nữa. Ngay tại lúc này, việc sắp xếp lại hệ thống các thư mục trong máy tính của bạn có vẻ hấp dẫn hơn nhiều so với một nhiệm vụ phải hoàn thành trong tháng tới, ví dụ như một bài khóa luận hay một bản báo cáo. Mặc dù nhiệm vụ này có thể ảnh hưởng tới vị trí công việc hay bằng cấp của bạn, khả năng cao là bạn vẫn sẽ chờ cho tới những ngày cuối mới xắn tay lên làm đúng không? Nhưng nếu bạn cân nhắc xem điều gì sẽ có giá trị hơn sau một tháng – tiếp tục có một công việc được trả lương hay có một màn hình máy tính gọn gàng – chắc chắn là bạn sẽ chọn thứ có giá trị cao hơn. Xu hướng trở nên lý trí hơn khi bị buộc phải chờ đợi được gọi là **chiết khấu hyperbol**, bởi vì xu hướng gạt bỏ lợi ích lớn hơn từ các giá trị tương lai của bạn giảm dần theo thời gian và tạo thành một đường dốc trên đồ thị hàm số.

Nếu đứng trên phương diện tiến hóa thì quan niệm ăn chắc tại thời điểm hiện tại lại vô cùng hợp lý. Tổ tiên của bạn không phải lo nghĩ về chuyện nghỉ hưu hay mắc bệnh tim mạch khi về già. Bộ não của bạn đã tiến hóa trong một thế giới mà con người ít khi sống được đến lúc gặp cháu mình.

Và chính phần não khi ngu ngốc này là thứ khiến bạn muốn bốc ngay đồng kéo và mặc kệ đồng nợ chồng chất.

Chiết khấu hyperbol khiến cho *để sau* trở thành một nhà kho lý tưởng ôm trọn những việc mà bạn không muốn xử lý, nhưng chính nó cũng khiến các kế hoạch tương lai của bạn trở nên quá tải. Bạn chẳng còn đủ thời gian để hoàn thành mọi việc bởi vì bạn nghĩ rằng trong tương lai, tại cái nơi huyền bí trong mơ ấy, bạn sẽ rảnh rỗi hơn hiện tại.

Một trong những cách tốt nhất để biết được mức độ nghiêm trọng của tính trì hoãn là nhìn vào cách mà bạn xử lý các công việc có thời hạn. Hãy thử tưởng tượng bạn đang tham gia một khóa học và cần phải hoàn thành 3 bài nghiên cứu trong 3 tuần, và giáo viên hướng dẫn đồng ý cho bạn tự đặt lịch nộp bài của mình. Bạn có thể nộp mỗi tuần một bài, nộp hai bài vào tuần đầu tiên và bài cuối vào tuần tiếp theo. Bạn có thể nộp cả 3 bài vào ngày cuối, hoặc có thể dàn trải ra. Thậm chí bạn cũng có thể nộp cả 3 sau tuần đầu tiên là xong. Tất cả là do bạn quyết định, nhưng một khi đã chọn ngày nộp thì bạn phải hoàn thành đúng thời hạn. Chỉ cần chậm là bạn sẽ ăn ngay trúng ngỗng.

Vậy bạn sẽ quyết định thế nào? Phương án tối ưu nhất sẽ là nộp cả 3 bài trong ngày cuối cùng phải không? Với cách này, bạn có nhiều thời gian để làm tất cả các bài một cách chần chừ và có cơ hội đạt kết quả tốt nhất. Có vẻ đó là lựa chọn sáng suốt, nhưng bạn chẳng thông minh lắm đâu.

Đó cũng chính là thí nghiệm do Klaus Wertenbroch và Dan Ariely thực hiện với các sinh viên vào năm 2002. Các sinh viên này được chia thành 3 lớp, mỗi lớp đều có 3 tuần để hoàn thành hết các bài nghiên cứu. Lớp A được phép nộp cả 3 bài vào ngày cuối, lớp B phải tự chọn cho mình 3 thời hạn hoàn thành, và lớp C phải nộp mỗi tuần một bài. Lớp nào được điểm cao hơn? Câu trả lời là lớp C, nhóm có thời hạn nộp bài cụ thể. Lớp B,

nhóm được tự do chọn thời hạn, xếp thứ hai về điểm số. Và nhóm được phép nộp dồn hết bài vào ngày cuối cùng, lớp A, đã đội sổ. Những sinh viên được phép tự do chọn thời hạn có xu hướng tự chia thời hạn của mình ra khoảng mỗi tuần một bài. Họ ý thức được sự trì hoãn của bản thân nên đã tự tạo ra những khoảng thời gian để ép mình làm việc. Mặc dù vậy, một số người quá lạc quan hoặc là đã đợi đến ngày cuối cùng, hoặc là đã đặt ra những thời hạn không tưởng đã kéo điểm trung bình của cả nhóm xuống. Những sinh viên không nhận được sự hướng dẫn và áp lực cụ thể, đại diện là lớp A, thường để dồn cả ba bài cho tới tuần cuối cùng mới vội vàng làm. Trong khi đó những người thuộc lớp C, vốn không được phép lựa chọn và bị ép phải chia nhỏ sự trì hoãn của mình ra thì lại làm tốt nhất, bởi những kẻ phá đám như trong nhóm B đã bị kìm nén. Những người không thành thực với bản thân về xu hướng trì hoãn công việc của mình, hay những người quá tự tin đã không có cơ hội tự huỷ hoại mình.

Nếu bạn không tin rằng mình sẽ trì hoãn, hay lý tưởng hóa khả năng làm việc chăm chỉ và quản lý thời gian của bản thân, bạn sẽ chẳng bao giờ có thể phát triển được chiến thuật để vượt qua chính điểm yếu của mình.

Sự trì hoãn là một cơn bốc đồng nhất thời, cũng giống như việc bạn mua kẹo ở quầy thanh toán vậy. Sự trì hoãn cũng mang tính chiết khấu hyperbol, ưu tiên chọn một thứ chắc chắn trong hiện tại hơn là một tương lai xa xôi mờ mịt. Bạn phải cực kỳ thông thạo trong việc tư duy về chính những suy nghĩ của mình mới có thể đánh bại sự trì hoãn. Bạn cần phải ý thức được rằng phiên bản hiện tại của bạn đang ngồi đây đọc cuốn sách này, nhưng rồi sẽ có phiên bản khác của bạn trong tương lai chịu ảnh hưởng từ những ý tưởng và ham muốn khác; vẫn sẽ là bạn thôi nhưng với bộ não sở hữu một bảng màu khác để vẽ nên một bức tranh khác về thực tại.

Phiên bản hiện tại của bạn có thể thấy rõ được điểm lợi và hại nhất khi phải lựa chọn giữa việc ngồi nhà học ôn thi hay đi lên sàn nhảy với lũ bạn, ăn salad hay bánh ngọt, ngồi viết bài hay là chơi điện tử. Mẹo là bạn cần phải chấp nhận rằng phiên bản hiện tại của bạn mặc dù ý thức được vậy, nhưng lại không phải là người thực sự ra quyết định. Kẻ đưa ra quyết định sẽ là bạn-trong-tương-lai, một người không đáng tin cho lắm. Bạn-trong-tương-lai sẽ bị khuất phục trước các cám dỗ, và rồi khi lấy lại được sự minh mẫn như hiện tại thì bạn sẽ cảm thấy vô cùng yếu ớt và xấu hổ. Bởi vậy, bạn-trong-hiện-tại cần phải tìm cách đánh lừa bạn-trong-tương-lai, làm sao để hắn buộc phải làm điều tốt nhất cho cả hai. Đây là lý do vì sao những kế hoạch dinh dưỡng như của Nutrisystem<sup>®</sup> lại có hiệu quả với nhiều người. Họ-trong-hiện-tại đã bỏ rất nhiều tiền ra để mua những hộp thức ăn không lò mà họ-trong-tương-lai phải giải quyết theo đúng kế hoạch. Một số người cũng vì lý do này mà sử dụng những công cụ hỗ trợ như *Freedom*, một chương trình có khả năng ngắt kết nối Internet trên máy tính trong khoảng thời gian lên tới 8 giờ mỗi ngày, giúp cho họ-trong-hiện-tại kiểm soát và ngăn chặn được họ-trong-tương-lai phá hoại những công sức đã bỏ ra.

Tâm hành gia là những người biết suy nghĩ về chính cách mà họ tư duy, về trạng thái của tâm trí, về hoạt cảnh và bối cảnh. Họ có thể làm việc một cách hiệu quả không hẳn là bởi họ có ý chí hay động lực mạnh mẽ, mà bởi vì họ nắm được rằng hiệu suất làm việc đơn giản là một trò chơi chiến đấu chống lại bản năng ngây ngô vốn không thể tách bỏ của mỗi con người. Nó là thứ luôn ưa chuộng những việc nhẹ nhàng và những điều mới mẻ. Sẽ ý nghĩa hơn nhiều nếu bạn để dành nỗ lực của mình vào việc chiến thắng trò chơi đó, thay vì đặt ra những lời hứa suông hay viết đầy lên quyền lịch những thời hạn vô nghĩa chẳng thể thực hiện được.

## **SỰ NGỘ NHẬN TRẠNG THÁI BÌNH THƯỜNG**

---

### **BẠN VẪN TƯỞNG**

Bản năng đương đầu hay chạy trốn của bạn sẽ được kích hoạt khi đối mặt với hiểm nguy.

### **SỰ THẬT LÀ**

Bạn thường trở nên bình thản một cách kỳ lạ trước mối nguy và vờ như mọi chuyện vẫn ổn.

---

Khi biết một thiên tai khủng khiếp đang ập tới, bạn sẽ làm gì? Gọi điện cho những người yêu thương? Ra khỏi nhà và đứng ngắm cơn bão đang kéo tới? Hay bạn sẽ chui vào bồn tắm và lấy tấm đệm che thân?

Trước bất kỳ tình huống nào bạn gặp trong cuộc sống, phản ứng phân tích đầu tiên của bạn sẽ là đặt nó vào trong một bối cảnh bình thường đối với bản thân, sau đó so sánh và đối chiếu thông tin mới với những điều mà bạn biết rằng thường sẽ xảy ra. Chính bởi điều này mà bạn có xu hướng nhận định những việc kỳ lạ hoặc những tình huống đáng báo động như thể đó là những chuyện bình thường.

Năm 1999, hàng loạt cơn lốc xoáy khủng khiếp đã tàn phá cả một vùng quê của bang Oklahoma liên tục trong ba ngày. Trong số chúng có một cơn lốc kinh hoàng với cái tên Bridge Creek-Moore F5. Phần F5 trong tên của nó là lấy từ Thang đo Lốc xoáy Fujita Cải tiến. Thang đo này đi từ mức EF1 cho tới EF5 và được dùng để đo sức tàn phá của những cơn gió lốc. Chỉ có

dưới 1% những cơn lốc xoáy có thể đạt tới mức độ cao nhất. Ở mức 4 thôi là đã đủ để cuốn bay xe hơi và phá tan những dãy nhà. Để đạt được mức 5 trên thang đo này, tốc độ gió của cơn lốc phải vượt 200 dặm/giờ (322 km/h). Cơn lốc Bridge Creek-Moore có gió giật lên tới 320 dặm/giờ (515 km/h). Cảnh báo thiên tai đã được đưa ra 13 phút trước khi thảm họa ập đến, nhưng nhiều người vẫn không phản ứng gì. Họ đi quanh quẩn với hy vọng rằng cơn lốc sẽ chừa mình ra. Họ thậm chí còn chẳng buồn chạy tới nơi trú ẩn. Hậu quả là cơn lốc đã phá hủy tới 8000 căn nhà và giết chết 36 người. Số thương vong sẽ cao hơn nhiều nếu trước đó không có cảnh báo. Ví dụ như vào năm 1925, một cơn lốc tương tự đã giết chết 695 người. Vậy tại sao đã có cảnh báo rồi mà nhiều người vẫn không hành động và tìm chỗ trú ẩn?

Những người săn bão và các nhà khí tượng học hiểu rõ và mặc nhiên công nhận sự tồn tại của xu hướng trở nên lúng túng khi đối diện với hiểm nguy của con người. Câu chuyện về những người cố gắng lái xe vượt mặt các cơn bão hay gió lốc đã quá phổ biến. Các chuyên gia thời tiết và nhân viên cứu hộ hiểu rằng bạn có thể bị cuốn vào vòng tay ám áp của sự bình thản khi nỗi sợ hãi len lỏi vào thâm tâm. Các nhà tâm lý học gọi hiện tượng này là **ngộ nhận trạng thái bình thường** (*normalog bias*). Nhân viên cứu hộ khẩn cấp thì gọi nó là nỗi hoảng loạn tiêu cực. Hiện tượng kỳ lạ và gây tác dụng ngược này luôn được tính đến trong dự báo thương vong của các trường hợp khẩn cấp từ đắm tàu đến di tản sân vận động. Những bộ phim thảm họa đều sai toét. Khi được cảnh báo về một mối hiểm nguy cận kề, bạn và những người xung quanh thường sẽ không nhanh chân chạy trốn trong lúc vừa khua tay vừa la hét đầu.

Mark Svenhold, một người chuyên săn lốc xoáy, đã viết về tính lây lan của sự ngộ nhận trạng thái bình thường trong cuốn sách *Big Weather* của mình. Ông nhớ lại những lần người ta thuyết phục ông bình tĩnh và rằng không cần chạy trốn khỏi thảm họa sắp xảy ra. Mark nhận xét rằng ngay cả

khi đã có cảnh báo thiên tai, nhiều người vẫn cho rằng đó là vấn đề của người khác. Có những người còn cố gắng chế nhạo ông để khiến ông phải phủ nhận thực tại vì xấu hổ, nhờ đó bản thân họ có thể tiếp tục bình tĩnh. Họ không muốn ông phá vỡ cái bong bóng đời thường của mình.

Ngộ nhận trạng thái bình thường len lỏi vào bộ não của bạn không cần biết mức độ hiểm nguy lớn tới cỡ nào. Nó sẽ xuất hiện cho dù bạn đã được cảnh báo trước từ nhiều ngày, hay chỉ có vài giây để phản ứng giữa sự sống và cái chết.

Hãy tưởng tượng bạn đang ngồi trên một chiếc máy bay Boeing 747 vừa mới hạ cánh sau một chuyến bay dài. Bạn cố giấu đi tiếng thở phào nhẹ nhõm sau khi máy bay đã chạm bánh thành công trên đường băng. Bạn nâng tay vịn của chiếc ghế ngay khi tiếng động cơ đã giảm bớt. Bạn cảm nhận được sự hồi hả vội vã của 400 con người đang chuẩn bị rời khỏi máy bay. Quá trình di chuyển chậm rãi tới nhà ga bắt đầu. Bạn nhớ lại một số khoảnh khắc vừa trải qua trên chiếc máy bay khổng lồ này, đó là một chuyến bay tương đối thoải mái, ít xóc và bạn đồng hành dễ chịu. Bạn đã bắt đầu thu dọn hành lý và chuẩn bị tháo dây an toàn. Nhìn ra cửa sổ, bạn cố căng mắt tìm một thứ gì đó quen thuộc trong đám sương mù dày đặc. Bỗng dưng, chẳng có một tiếng cảnh báo nào cả, một cú sốc nhiệt và áp suất cực mạnh cắt vào da thịt bạn. Tiếng nổ khủng khiếp làm rung động tất cả các bộ phận trong cơ thể bạn và xé toạc chiếc máy bay. Tiếng rít của kim loại như tiếng hai đoàn tàu đâm sầm vào nhau ngay dưới cằm bạn làm đôi tai muốn nổ tung. Luồng nhiệt nóng rát chạy xuyên qua không gian xung quanh bạn, lấp đầy mọi chỗ trống. Ngọn lửa phun trào qua những hàng ghế, lối đi, và ngay cả trên đầu lẫn dưới chân bạn. Nó rút đi rất nhanh, nhưng để lại một luồng khí nóng không thể chịu đựng được. Tóc bạn cháy xém thành tro. Giờ thì bạn chỉ có thể nghe thấy tiếng lửa cháy râm ran xung quanh mình.



Hãy tưởng tượng bạn đang ngồi đó, trên ghế của mình. Nóc của chiếc máy bay đã biến mất và bạn có thể nhìn thấy bầu trời phía trên. Hàng loạt những cột lửa lại đang bùng lên dữ dội. Những lỗ lớn bên hông máy bay có thể trở thành đường thoát thân. Vậy bạn sẽ hành động thế nào?

Hắn bạn đang nghĩ rằng mình sẽ đứng bật dậy thật nhanh và hét to “Nhanh lên! Hãy chạy ra khỏi đây!” Nếu không phải vậy thì chắc bạn nghĩ mình sẽ hoảng loạn tột cùng và co người lại tư thế của một thai nhi. Dựa trên số liệu thống kê thì không phải là cái nào trong cả hai phương án trên đâu. Điều bạn làm trong trường hợp ấy kỳ quặc hơn nhiều.

Năm 1977, trên đảo Tenerife thuộc quần đảo Canary, một loạt những biến cố và sai lầm đã dẫn tới việc hai chiếc máy bay Boeing 747 đâm vào nhau trong lúc một chiếc chuẩn bị cất cánh.

Một chiếc máy bay của hãng Pan Am chở 496 người đang di chuyển chậm dọc theo đường băng trong điều kiện thời tiết sương mù dày đặc. Cùng lúc đó, ở cuối đường băng, máy bay của hãng hàng không Hà Lan KLM với 248 hành khách xin phép được cất cánh. Sương mù dày tới nỗi phi hành đoàn của chiếc KLM không thể nhìn thấy chiếc máy bay còn lại, và tháp điều khiển cũng không thể nhìn thấy cả hai chiếc. Cơ trưởng của chiếc KLM đã nghe nhầm hiệu lệnh. Tin rằng đã được phép cất cánh, họ tăng tốc chạy dọc đường băng, lao thẳng về phía chiếc máy bay còn lại. Điều phối viên đã cố gắng cảnh báo, nhưng nhiều sóng radio đã khiến cho lời cảnh báo không tới được tai cơ trưởng của KLM. Cuối cùng, khi mà cơ trưởng có thể nhìn thấy được chiếc máy bay của Pan Am trước mặt thì đã quá muộn. Ông đã cố gắng nâng mũi máy bay và hạ đuôi xuống sát đất để bay vượt qua nó nhưng không thể. Chiếc máy bay KLM đâm thẳng vào chiếc Pan Am với vận tốc 160 dặm/giờ (257 km/h).

Sau cú va chạm thảm khốc, máy bay KLM bật khỏi chiếc Pan Am, bay trong không trung thêm khoảng 150 mét và lộn nhào xuống đất, tạo nên một vụ nổ khủng khiếp. Tất cả mọi hành khách trên chiếc 747 của KLM đều tử vong. Đám cháy lớn tới nỗi nó có thể tiếp tục cháy cho tới tận ngày hôm sau.

Đội cứu hộ nhanh chóng tiếp cận hiện trường, nhưng họ lại không nhìn thấy chiếc Pan Am. Thay vào đó họ chỉ lao tới quả cầu lửa vốn là chiếc máy bay KLM. Trong vòng 20 phút hỗn loạn, các nhân viên cứu hộ và cứu hỏa tưởng rằng mình chỉ đang phải đối mặt với một chiếc máy bay gặp nạn, và tin rằng đám cháy ở đằng xa xa kia chỉ đơn thuần là các mảnh vỡ. Những người sống sót trên chiếc Pan Am đã không có được sự hỗ trợ cần thiết ngay lập tức. Động cơ của chiếc máy bay vẫn hoạt động ở công suất tối đa bởi vì cơ trưởng đã cố gắng tăng tốc ở những giây cuối cùng để rẽ thật nhanh, và giờ thì họ không thể tắt nó đi do bộ điều khiển đã bị phá hủy. Cú va chạm đã xé toạc phần lớn nửa thân trên của chiếc 747. Rất nhiều xác người nằm lẫn trong đồng cỏ nát. Ngọn lửa dần bao trùm lên thảm cảnh mà không có gì có thể ngăn lại được. Khói nhanh chóng tràn đầy khoang máy bay. Để có thể thoát khỏi đây, những người sống sót sau cú va chạm cần phải hành động thật nhanh. Họ phải tháo dây an toàn, di chuyển qua đám hỗn loạn để đi tới phía cánh trái còn nguyên vẹn, và rồi nhảy từ trên độ cao khoảng 6 mét xuống đám mảnh vụn dưới đất. Việc thoát thân là hoàn toàn có thể, nhưng không phải tất cả những người sống sót đều nỗ lực để thoát ra. Một số ít ngay lập tức hành động, nhanh chóng tháo dây an toàn cho người thân và những người xung quanh rồi đẩy họ tới nơi an toàn. Số còn lại thì ngồi yên tại chỗ, bị cú sốc nuốt trọn. Cuối cùng thì bình xăng chính của chiếc máy bay phát nổ, giết chết tất cả hành khách ngoại trừ 61 người đã kịp thoát ra ngoài.

Theo như cuốn sách *The Unthinkable* của Amanda Ripley, các điều tra viên cho rằng những người sống sót sau cú va chạm đầu tiên có khoảng một phút để thoát thân trước khi chết cháy. Trong vòng một phút đó, hàng tá người vốn đã có thể thoát chết đã không hành động. Họ đã bị tê liệt hoàn toàn.

Tại sao lại có nhiều người không thể hành động khi mà từng giây đều quý giá đến vậy?

Nhà tâm lý học Daniel Johnson đã nghiên cứu sâu xa về hành vi kỳ lạ này. Ông đã phỏng vấn những người sống sót sau vụ tai nạn ở Tenerife và cả những thảm họa khác như hỏa hoạn ở các tòa nhà chọc trời hay các vụ đắm tàu để hiểu được tại sao trong những tình huống khẩn cấp này, có những người tìm cách tháo chạy trong khi số còn lại không làm vậy?

Paul và Floy Heck là cặp vợ chồng đã sống sót sau tai nạn trên máy bay của Pan Am. Họ kể lại rằng trong lúc hai vợ chồng hối hả tìm cách thoát thân, những người xung quanh không những không phản ứng, mà thậm chí đến khi Paul và Floy chạy ngang qua chỗ họ, họ cũng chẳng buồn đứng dậy.

Trong khoảnh khắc đầu tiên sau va chạm, ngay sau khi nửa trên của chiếc máy bay bị xé toạc ra, Paul Heck đã quay sang nhìn vợ mình. Lúc đó bà ấy cũng bất động, đông cứng tại chỗ và không thể hiểu được chuyện gì vừa xảy ra. Paul đã phải hét lên để vợ mình đi theo. Họ tháo dây an toàn, nắm chặt tay nhau và ông kéo bà ra khỏi máy bay khi khói bắt đầu tràn ngập trong khoang. Sau này, Floy nhận ra rằng bà ấy lẽ ra đã có thể cứu được những người đang ngồi bất động chỉ bằng cách la lên và gọi họ đi theo mình, nhưng lúc đó chính bản thân bà cũng đang trong trạng thái mơ màng, không hề nghĩ tới chuyện thoát thân mà chỉ lơ đãng đi theo chồng. Nhiều năm sau, trong một lần được phỏng vấn bởi phóng viên tờ *Orange County Register*, Floy Heck kể lại rằng bà nhớ rõ ngay trước lúc nhảy qua lỗ hổng

trên thân máy bay, bà đã ngoái lại và thấy bạn mình vẫn đang ngồi yên, đôi mắt vô hồn và tay đặt lên đùi. Người bạn đó của bà đã không sống sót sau vụ nổ.

Trong bất kỳ tình huống nguy hiểm nào như một vụ đắm tàu hay cháy nhà cao tầng, một vụ xả súng hay một cơn cuồng phong, có khả năng bạn cũng sẽ trở nên quá tải với dòng chảy những thông tin không rõ ràng và sẽ không hành động gì cả. Tâm trí bạn sẽ trôi vào miền vô định và chỉ để lại một cơ thể vô tri. Thậm chí bạn còn có thể từ từ nằm xuống một cách bình thản. Và nếu không ai tới trợ giúp, bạn sẽ tiêu tùng.

John Leach, nhà tâm lý học tại Đại học Lancaster, cũng nghiên cứu về việc sợ đến mức đờ người ra. Ông cho rằng khoảng 75% trong số chúng ta sẽ không thể suy nghĩ mạch lạc khi đối mặt với thảm họa hoặc mối nguy cận kề. Trong số còn lại, những người thuộc khoảng 15% ở hai cạnh của biểu đồ hình chuông hoặc là sẽ phản ứng nhanh chóng với sự tỉnh táo ở mức tối đa, hoặc là sẽ rơi vào trạng thái hoảng loạn tột độ.

Theo Johnson và Leach, những người có khả năng sống sót cao nhất là những người đã chuẩn bị cho tình huống xấu nhất và đã có sự luyện tập từ trước. Những người này đều đã nghiên cứu kỹ lưỡng về vấn đề, hoặc là đã xây chỗ trú ẩn, hay đã tập dượt trong các tình huống giả định. Họ luôn tìm cửa thoát hiểm và tưởng tượng xem mình sẽ làm gì. Có thể họ đã từng trải qua hỏa hoạn khi còn nhỏ, hoặc đã từng sống sót qua một trận bão lịch sử. Những người này không do dự trước hiểm nguy bởi vì họ đã từng trải qua sự do dự này rồi, trong khi những người xung quanh giờ mới trải nghiệm.

Ngộ nhận trạng thái bình thường là việc trì hoãn các hành động cần thiết trong một cuộc khủng hoảng và vờ như thể mọi thứ sẽ lại tiếp tục suôn sẻ và dễ đoán như bình thường. Những người chiến thắng được sự ngộ nhận

này sẽ hành động, số còn lại thì không. Họ bắt tay vào việc trong khi những người khác còn đang do dự xem có nên hành động hay không.

Johnson chỉ ra rằng bộ não cần phải trải qua đủ những thủ tục cần thiết trước khi cơ thể có thể hành động – nhận thức, tri giác, lĩnh hội, quyết định, áp dụng, rồi cuối cùng mới hành động. Không có cách nào để đi tắt qua quá trình này, nhưng bạn có thể luyện tập để những bước này không còn quá phức tạp nữa, và từ đó sẽ không chiếm nhiều tài nguyên của não bộ.

Johnson so sánh điều này với việc chơi nhạc cụ. Nếu bạn chưa bao giờ chơi hợp âm C trên đàn guitar, bạn sẽ cần phải nghĩ cách bấm phím rồi gảy đàn một cách lúng túng, tạo nên một tiếng bật vụng về. Nhưng chỉ sau vài phút tập luyện, bạn đã có thể lướt phím nhẹ nhàng mà còn không do dự như trước và tạo được tiếng nhạc êm dịu hơn.

Để nói một cách rõ ràng thì ngộ nhận trạng thái bình thường không phải là phản ứng đông cứng tại chỗ khi phát hiện ra hiểm nguy như khi con thỏ nhìn thấy một con rắn, mặc dù đây cũng là một phản ứng con người không thể chống lại. Việc đột nhiên dừng mọi hoạt động và hy vọng vào kết quả tốt nhất được gọi là *suy giảm nhịp tim do sợ hãi*, và đây là một phản xạ tự động và vô điều kiện. Điều này đôi khi được gọi là sự bất động có ích. Một số loài động vật như linh dương sẽ trở nên bất động hoàn toàn khi cảm thấy có sự hiện diện của thú săn mồi ở gần. Trong trạng thái bất động này, chúng có thể đánh lừa khả năng nhận biết chuyển động bằng thị giác của các loài thú đi săn và hòa lẫn vào với khung cảnh xung quanh. Một số loài động vật thậm chí còn giả chết để thoát khỏi hiểm nguy.

Năm 2005, các nhà nghiên cứu tại Đại học Rio de Janeiro đã thành công trong việc tạo ra hội chứng suy giảm nhịp tim do sợ hãi trên con người bằng cách cho các đối tượng tham gia xem ảnh của những người bị thương. Nhịp tim của những người này đã giảm mạnh và các cơ trên cơ thể co cứng lại.

Nói một cách công bằng thì phản xạ này cũng xảy ra khi đối diện với thảm họa, nhưng chúng ta đang nói về sự ngộ nhận trạng thái bình thường, và đây là một thứ hoàn toàn khác.

Đa số các hành vi của bạn đều có chung mục đích là để làm giảm sự lo âu. Bạn biết rằng mình không gặp nguy khi mọi thứ đều an toàn và diễn ra như mong đợi. Ngộ nhận trạng thái bình thường xoa dịu bạn bằng cách khiến bạn tin rằng mọi thứ đều đang tốt đẹp. Nếu bạn vẫn làm mọi việc như bình thường, vẫn nhìn đời như thể không có gì xảy ra thì mức độ lo âu của bạn cũng sẽ không đổi. Ngộ nhận trạng thái bình thường là một trạng thái của tâm thức mà qua nó, bạn cố gắng làm mọi thứ ổn định bằng cách tự thuyết phục mình rằng không có gì nghiêm trọng đang xảy ra.

Sự ngộ nhận này không chấp nhận sự thật là những việc tồi tệ có thể xảy ra với bạn, mặc dù bạn có đầy đủ lý do để nhận thức rằng điều đó là rất có thể. Điều đầu tiên mà bạn cảm thấy khi thảm họa xảy ra sẽ là nhu cầu được an toàn và bình yên. Khi thực tế cho thấy điều đó là không thể, bạn sẽ mơ tưởng về nơi nhu cầu đó được đáp ứng.

Những người sống sót sau vụ 11/9 nói rằng họ nhớ rõ việc thu xếp đồ đạc cá nhân trước khi rời văn phòng. Họ mặc áo khoác, gọi điện cho người thân. Họ tắt máy tính và trao đổi những câu chuyện phiếm. Ngay cả trên đường đi xuống, hầu hết mọi người đều đi rất từ từ chậm rãi – không hề có cảnh tượng la hét hay hoảng loạn. Thậm chí chẳng ai cần phải nói câu “Mọi người hãy bình tĩnh”, bởi vì chẳng ai mất bình tĩnh cả. Thực tế là họ đang cầu xin thế giới quay trở lại bình thường bằng cách cư xử một cách thật bình thường.

Để làm giảm mức độ lo âu trong một thảm họa cận kề, phản ứng đầu tiên của bạn sẽ là bầu víu vào điều mà bạn biết. Sau đó bạn sẽ khai thác thông tin từ người khác. Bạn gọi chuyện với đồng nghiệp, bạn bè và gia

đình. Bạn dính chặt với chiếc đài hay chiếc TV. Bạn tụ tập với những người khác để trao đổi các thông tin đã nắm được. Một số người tin rằng đây chính là điều đã xảy ra khi cơn lốc xoáy Bridge-Creek Moore F5 tiến tới gần và nó đã khiến cho nhiều người không đi tìm nơi trú ẩn. Mọi công cụ để nhận diện các khuôn mẫu, mọi thông lệ mà bạn đã quen thuộc trở nên vô ích khi tai ương ập đến. Tình huống khẩn cấp thường sẽ quá mới mẻ và mơ hồ. Bạn có xu hướng trở nên bất động không phải vì sự hoảng loạn đã chiếm lấy bạn, mà bởi vì sự bình thường mà bạn quen thuộc đã biến mất.

Ripley gọi thời khắc đông cứng này là **sự ngò vực theo phản xạ**. Trong lúc bộ não đang cố gắng truyền tải thông tin, khát vọng sâu thẳm nhất của bạn là được mọi người xung quanh trấn an rằng chuyện tồi tệ không có thật. Bạn chờ đợi điều này cho đến khi bạn hiểu rằng chắc chắn nó sẽ không xảy ra.

Sự ngộ nhận này sẽ kéo dài cho tới khi con tàu nghiêng hẳn sang một bên, hoặc là khi toà nhà bắt đầu rung động. Bạn có thể tiếp tục giữ điềm tĩnh đến khi cơn lốc ném một chiếc xe hơi xuyên qua căn nhà bạn, hay cơn bão quét đứt đường dây điện. Nếu mọi người đều đang quanh quẩn chờ đợi thông tin, bạn cũng sẽ làm như vậy.

Những người có công việc liên quan tới các thủ tục sơ tán – nhân viên cứu hộ khẩn cấp, kiến trúc sư, nhân viên sân vận động, người làm trong ngành vận tải – đều nắm rõ về sự ngộ nhận trạng thái bình thường, và thường viết về nó trong các sổ tay hướng dẫn và những tạp chí chuyên ngành. Hai nhà xã hội học Shunji Mikami và Kenichi Ikeda tại Đại học Tokyo đã xác định những giai đoạn bạn có thể trải qua khi đối mặt với thảm họa trong bài nghiên cứu xuất bản năm 1985 trong *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*. Họ cho rằng bạn có xu hướng phân tích tình hình dựa trên bối cảnh quen thuộc và đánh giá thấp sự nguy cấp thực

tế. Khi mà từng giây đồng hồ đều quý giá, chính khoảnh khắc ngộ nhận này có thể cướp đi mạng sống con người. Theo hai nhà nghiên cứu thì sau đó, một chuỗi các hành vi dễ đoán sẽ diễn ra. Đầu tiên bạn sẽ tìm kiếm thông tin từ những người bạn tin tưởng, sau đó là từ những người ở gần. Tiếp theo, bạn sẽ cố gắng liên lạc với gia đình, và rồi bắt đầu chuẩn bị cho việc sơ tán hay tìm nơi trú ẩn. Cuối cùng, sau khi đã qua hết các bước trên, bạn mới thực sự hành động. Mikami và Ikeda cho rằng bạn sẽ rề rà hơn khi không hiểu được sự nghiêm trọng của tình hình, chưa bao giờ được nghe những lời hướng dẫn, hay chưa từng ở trong những trường hợp tương tự. Tệ hơn, bạn sẽ trì hoãn lâu hơn khi bị rơi vào cái bẫy so sánh và đối chiếu, khi mà bạn tự thuyết phục mình rằng mối nguy đang tới gần cũng không khác gì mấy so với những điều bạn đã từng trải qua – đó là sự ngộ nhận trạng thái bình thường.

Họ đã dùng trận lụt lịch sử năm 1982 tại Nagasaki làm ví dụ. Khu vực này hàng năm đều có lụt nhẹ, và người dân đã cho rằng mưa lớn năm đó cũng giống như những năm trước. Nhưng rồi họ sớm nhận ra mực nước dâng cao hơn và nhanh hơn nhiều so với mọi năm. Vào khoảng 4 giờ 55 phút chiều, chính quyền đưa ra cảnh báo chính thức. Mặc dù vậy, không ít người vẫn nán lại để xem trận lụt này sẽ khác tới mức nào. Tới 9 giờ tối, mới chỉ có 13% số người dân di tản thành công. Kết cục là đã có tới 265 người thiệt mạng.

Tôi còn nhớ lúc tới siêu thị mua thức ăn, nước uống và đồ dự trữ để chuẩn bị cho cơn bão Katrina đang tới gần, tôi đã bị sốc khi thấy nhiều người chỉ mua vài ổ bánh mì và dăm ba chai nước ngọt. Tôi nhớ họ đã rất cáu khi phải xếp hàng chờ tôi thanh toán hàng chồng nước đóng chai và đồ hộp. Tôi đã nói với họ, “Rất xin lỗi, nhưng chuẩn bị không bao giờ là thừa cả.” Và họ nói sao? “Tôi nghĩ cơn bão này sẽ chẳng tệ lắm đâu.” Giờ nghĩ



lại tôi vẫn thường thắc mắc không biết những người đó đã xoay sở ra sao trong hai tuần cả khu vực mất điện và bị cô lập.

Sự ngộ nhận trạng thái bình thường là một thiên hướng mà bạn không thể loại bỏ. Cuộc sống hàng ngày dường như quá buồn chán và tẻ nhạt bởi vì bạn vô cùng gắn bó với sự bình thường. Nếu không nhờ thiên hướng có sẵn đó, bạn sẽ chẳng thể nào chịu nổi sự quá tải thông tin. Hãy thử nghĩ đến chuyện chuyển nhà, mua một chiếc xe hay một chiếc điện thoại mới. Lúc đầu, bạn để ý tới mọi thứ và bỏ ra hàng giờ để chỉnh các chế độ hay sắp xếp lại đồ đạc. Sau một thời gian, bạn quen dần với sự bình thường mới và để kệ mọi chuyện.

Bạn có thể quên mất cả một số đặc điểm nhất định trong căn nhà mới của mình cho tới khi có người khác chỉ ra, và bạn lại nhận ra nó. Bạn tự làm quen với khung cảnh xung quanh để có thể nhận ra sự thay đổi dễ dàng hơn, nếu không thì cuộc sống của bạn sẽ chìm ngimm trong vô vàn tín hiệu mà không thể phân biệt được cái nào quan trọng cái nào không.

Mặc dù thế, đôi lúc chính thói quen tạo ra những nhiễu động nền này và rồi bỏ qua chúng khi không cần thiết lại gây ra rắc rối. Nhiều khi, dù không nên, bạn vẫn chú ý tới những tín hiệu thân thuộc và khao khát sự bình thường trong những tình huống không tưởng. Lấy ví dụ như siêu bão hay lụt lội, chúng quá lớn, quá chậm và quá trừu tượng để có thể khiến bạn giật mình nhảy vào hành động. Bạn thực sự không thể nhìn thấy chúng đang tiến tới. Giải pháp, theo như Mikami, Ikeda và các chuyên gia khác, là quan sát những người có chuyên môn, những người có cái nhìn về thảm họa tốt hơn bạn, lặp đi lặp lại các phản ứng nhanh. Chỉ cần những lời cảnh báo và hướng dẫn cụ thể được phát với tần suất vừa đủ thì chúng sẽ trở thành sự bình thường mới, và bạn sẽ nhanh chóng phản ứng khi cần.

Ngộ nhận trạng thái bình thường có thể lên đến quy mô lớn hơn nữa. Biến đổi khí hậu toàn cầu, điểm cực đại dầu mỏ, đại dịch béo phì và những vụ sụp đổ thị trường chứng khoán là ví dụ điển hình cho những sự kiện lớn và phức tạp. Khi đối mặt với chúng, mọi người thường không hành động kịp thời bởi họ không thể tưởng tượng ra cuộc sống sẽ bất thường đến thế nào nếu các cảnh báo trở thành hiện thực.

Chính việc truyền thông thổi phồng và gây hoảng loạn về những vấn đề như Y2K, cúm lợn, SARS và những thứ tương tự đã thêm dầu vào sự ngộ nhận trạng thái bình thường ở phạm vi toàn cầu. Các nhà phê bình chính trị ở cả hai phe đều cảnh báo về những khủng hoảng chỉ có thể được ngăn chặn bằng việc bầu cho ứng viên phe họ. Ngập trong nguồn thông tin hỗn loạn với hàng loạt báo động giả, rất khó để bạn nhận ra khoảnh khắc nào mới là thật và thực sự đáng lo. Phản xạ đầu tiên của bạn sẽ là đo lường xem tình huống này đã ở xa mức bình thường tới mức nào, và chỉ thực sự hành động khi bạn không thể làm ngơ được nữa. Tất nhiên, thường thì lúc đó đã quá muộn rồi.

## NỘI QUAN

---

### BẠN VẼ TƯỢNG

Bạn nắm rõ lý do cho các sở thích và cảm xúc của mình.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn không thể tiếp cận được với nguồn gốc thực sự của một số trạng thái cảm xúc. Khi bị chất vấn, bạn sẽ bịa ra điều gì đó cho có vẻ hợp lý.

---

Hãy nghĩ về một tác phẩm nghệ thuật mà cả thế giới đều ngưỡng mộ xem, chẳng hạn như là bức tranh *Starry Night (Đêm đầy sao)* của Van Gogh. Giờ hãy tưởng tượng là bạn được giao nhiệm vụ phải viết một bài luận giải thích tại sao bức tranh đó lại nổi tiếng. Hãy thử xem nào, cố nghĩ ra một lý do hợp lý đi. Nào, đừng đọc nữa. Lấy giấy bút ra thử viết xem nào. Hãy giải thích tại sao tác phẩm của Van Gogh lại tuyệt đến vậy.

Bạn có bài hát ưa thích nào không? Hay là một bức ảnh? Chắc hẳn bạn cũng có một bộ phim nào đó mỗi năm phải xem lại ít nhất một lần phải không? Hay một cuốn sách mà bạn đã đọc đi đọc lại vô số lần. Nào, hãy thử hình dung về một trong những thứ mà bạn ưa thích đó. Giờ thì hãy giải thích vì sao bạn thích thứ đó chỉ bằng một câu thôi. Nhiều khả năng bạn đang gặp khó khăn phải không? Nhưng nếu bị ép buộc thì chắc chắn bạn sẽ vẫn tìm ra được điều gì đó để nói.

Vấn đề nằm ở chỗ theo như các nghiên cứu thì gần như chắc chắn là lý do mà bạn đưa ra đều hoàn toàn vớ vẩn. Tim Wilson tới từ Đại học Virginia

đã chứng minh điều này vào năm 1990 qua thí nghiệm *Bài kiểm tra qua những tấm áp phích*. Ông đã cho nhóm sinh viên thứ nhất vào một căn phòng treo đầy áp phích quảng cáo và nói rằng họ được phép chọn một tấm thích nhất để mang về làm quà. Đối với nhóm thứ hai, ông cũng làm điều tương tự, nhưng đưa ra điều kiện là họ phải giải thích tại sao lại chọn tấm áp phích đó. Sau sáu tháng, Tim Wilson hỏi cả hai nhóm về sự lựa chọn của mình. Ở nhóm thứ nhất, gồm những người được chọn một cách tự do, vẫn rất yêu thích tấm áp phích của mình. Nhóm thứ hai, những người đã phải viết bài giải thích, lại ghét những tấm áp phích chính mình đã chọn. Điểm chung ở nhóm thứ nhất là hầu hết hết đối tượng tham gia đều chọn những tấm có hình vẽ đẹp và hào nhoáng. Trong khi đó ở nhóm thứ hai thì sự lựa chọn phổ biến là một bức truyền cảm hứng và có ý nghĩa hơn là hình một chú mèo đang bám vào sợi dây thừng.

Theo như diễn giải của Wilson thì một khi phải lựa chọn một cách lý trí, bạn sẽ vận nhỏ âm lượng của phần não cảm xúc và tăng âm lượng cho phần não logic. Bạn sẽ đưa ra một danh sách những ưu và khuyết điểm của từng lựa chọn trước mặt. Bản danh sách này vốn dĩ sẽ không được tạo ra nếu bạn chỉ làm theo cảm xúc của bản thân. Trong nghiên cứu của mình, Wilson có kết luận: “Hình thành nên sở thích cũng giống như việc đi xe đạp vậy: Chúng ta có thể đạp xe một cách dễ dàng, nhưng khó có thể giải thích được tại sao.”

Trước nghiên cứu của Wilson thì mọi người đều tin rằng việc cân nhắc cẩn thận trước mỗi quyết định đều là tốt. Nhưng Wilson đã cho chúng ta thấy rằng việc lý giải suy nghĩ, hay nói cách khác là nội quan, đôi khi lại dẫn tới những quyết định có vẻ tốt đẹp về mặt lý thuyết, nhưng lại khiến cho bạn trống rỗng về mặt cảm xúc. Wilson cũng trích dẫn một số nghiên cứu trước đó tại Đại học Kent State cho thấy việc suy nghĩ quá nhiều về sự trầm cảm có thể sẽ khiến tình trạng của bạn thêm trầm trọng, trong khi đó

các hoạt động gây xao lãng lại đem đến kết quả tích cực. Đôi khi nội quan lại gây tác dụng ngược. Những nghiên cứu về nội quan đã đặt dấu hỏi lớn lên cả ngành công nghiệp phê bình nghệ thuật – từ trò chơi điện tử cho tới âm nhạc, phim ảnh, văn chương. Các nghiên cứu này khiến cho những nhóm tập trung<sup>⊙</sup> hay những phân tích thị trường có vẻ ít khách quan hơn. Theo một góc nhìn nào đó, chúng không còn là những công cụ đánh giá chính xác giá trị nội tại của những thứ đang được đặt lên bàn cân, mà là sự thể hiện cảm xúc chủ quan của những người đang thực hiện đánh giá. Khi bạn hỏi mọi người tại sao họ lại thích hay không thích điều gì đó, họ sẽ phải diễn đạt lại cảm xúc vốn bị chôn sâu dưới tiềm thức của mình thành ngôn ngữ bậc cao với từ vựng và câu cú logic. Vấn đề là những thứ ẩn giấu trong cảm xúc và tiềm thức rất khó để tiếp cận. Còn những điều đã có sẵn trong phần ý thức của bộ não có thể lại không liên quan gì tới sở thích của bạn. Không những thế, khi bị đặt vào tình huống buộc phải biện minh cho những quyết định hay cảm xúc của mình, bạn sẽ cảm thấy lo lắng về hình ảnh của bản thân thể hiện qua các biện minh đó. Chính điều này làm cho câu chuyện nội tâm của bạn càng trở nên thiếu chính xác.

Trong *Bài kiểm tra qua những tấm áp phích*, hầu hết những người tham gia đều thực sự thích những tấm hình đẹp dễ và hào nhoáng hơn tấm hình con mèo leo sợi thừng, nhưng bản thân họ lại không thể đưa ra lời giải thích cụ thể nào cho ý thích của mình, ít nhất là không thể diễn giải một cách logic được. Mặt khác, bạn luôn có thể *chép gió* tới hàng trang giấy về một bức tranh không đẹp bằng nhưng lại có ý nghĩa hơn.

Wilson tiếp tục làm một thí nghiệm khác. Những người tham gia được cho xem hai bức hình nhỏ của hai nhân vật khác nhau, và rồi được yêu cầu chọn ra người mà họ thấy hấp dẫn hơn. Sau đó các nhà nghiên cứu đưa cho họ bức hình lớn và nói rằng đó là ảnh phóng to của bức hình mà họ đã chọn. Thực ra đó là ảnh của một người hoàn toàn khác.

Lúc này, những người tham gia được yêu cầu lý giải cho sự lựa chọn của mình. Tất cả buộc phải giải thích. Họ chưa hề nhìn thấy nhân vật trong bức hình lớn, nhưng điều đó cũng không hề cản trở việc họ tìm ra lời giải thích hợp lý cho một quá khứ tưởng tượng.

Một thí nghiệm nữa của Wilson liên quan tới việc đánh giá chất lượng mứt. Ông bảo các đối tượng đánh giá những loại mứt vốn đã được tạp chí *Consumer Reports* xếp hạng từ trước là đứng thứ 1, 11, 24, 32, và 44 trên thị trường. Nhóm thứ nhất được phép thử và xếp hạng ngay theo cảm xúc cá nhân, trong khi đó nhóm thứ hai phải viết giải thích xem họ thích và không thích từng loại mứt ở điểm gì. Cũng giống như bài thí nghiệm với những tấm áp phích quảng cáo, những người không cần phải giải thích thường có chung cách xếp hạng với *Consumer Reports*. Còn những người bị buộc phải thực hiện nội quan thì không có xu hướng đánh giá chung, và thể hiện các sở thích khác nhau. Mùi vị rất khó để định tính và miêu tả thành lời, bởi vậy những người phải giải thích có xu hướng tập trung vào những yếu tố khác như độ dẻo, kết cấu, hay màu sắc của mứt. Những điều này thực ra lại không tác động lớn tới những người không phải giải thích.

Ai cũng tin rằng mình hiểu rõ về động lực, khát vọng, sở thích và sở ghét của bản thân. Nhưng thực ra điều đó được gọi là ảo giác nội quan. Bạn cho rằng bạn biết rõ về bản thân, biết rõ tại sao bạn lại như bây giờ. Bạn tin rằng những kiến thức này sẽ giúp bạn tiên lượng được hành vi của bản thân trong tương lai. Tuy nhiên các nghiên cứu đã cho kết luận ngược lại. Các thí nghiệm thực tế đều cho thấy rằng nội quan không phải là hành động tự tìm hiểu về những hoạt động tâm trí sâu xa nhất của bản thân, mà thực chất là một sự bịa đặt. Nhìn lại những việc mà bạn đã làm, hay cảm xúc mà bạn đã trải qua, bạn sẽ tự bịa ra lời giải thích nào đó đủ hợp lý để bản thân bạn có thể tin vào. Nếu cần phải nói cho người khác thì bạn sẽ tạo ra lời giải thích để họ cũng có thể tin được. Khi phải đưa ra lý giải cho sở thích của mình,

bạn không thông minh lắm đâu, và chính việc phải biện minh đó có thể thay đổi thái độ của bạn.

Trong thời đại của Facebook, Twitter và blog như hiện nay, ai ai cũng công khai sở thích cá nhân của mình cho bàn dân thiên hạ được biết. Cứ nhìn vào những bài đả kích và những lời tán dương cho phim *Avatar* hay *Lost* mà xem. Khi *Titanic* đoạt giải Oscars, hầu như mọi người đều cho rằng đó là bộ phim tuyệt vời nhất. Giờ thì sao? Nó được đánh giá là một bộ phim tạm ổn, nhưng quá sến sảm, được trau chuốt, nhưng hơi phóng đại. Không biết là 100 năm sau thì chuyện tình của Jack và Rose sẽ được đánh giá ra sao nữa?

Cũng nên nhớ là rất nhiều tác phẩm ngày nay được coi là kinh điển đều từng bị phê phán gay gắt. Ví dụ như đánh giá sau đây về *Moby Dick* vào năm 1851:

“Đây là một mớ hỗn độn của văn học lãng mạn và thực tế. Ý niệm về một cốt truyện rành mạch xuyên suốt có vẻ như đôi lúc đã bị nhà văn bỏ quên trong quá trình viết cuốn sách này. Phong cách văn chương đã bị thứ tiếng Anh điên rồ (chứ không hẳn là tệ) làm cho méo mó; phần kết bị kịch được viết một cách vội vàng và rất kém. Tôi không có nhiều điều để chê bai hay tán dương tác phẩm kỳ quặc này. Ông Melvill chỉ có thể tự trách mình nếu người đọc có coi đây là thứ rác rưởi kinh khủng nhất của trường phái văn học Bedlam và quăng nó sang một bên — bởi vì dường như là ông ta không có khả năng học hỏi, và cũng có vẻ khinh bỉ việc học hỏi những kỹ năng của một nghệ sĩ.”

— Henry F. Chorley,  
Câu lạc bộ Văn học London

*Moby Dick* giờ được coi là một trong số ít những tiểu thuyết vĩ đại của Mỹ, và được coi là ví dụ điển hình cho những tác phẩm văn học xuất chúng nhất

từng được viết. Nhưng có lẽ là chẳng mấy ai có thể thực sự giải thích được lý do tại sao đâu.



## TỰ NGHIỆM VỀ SỰ PHỔ BIẾN

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Với sự phát triển của ngành truyền thông, bạn có thể nắm rõ cách thế giới vận hành thông qua những dữ liệu thống kê và tin tức rút ra từ nhiều ví dụ.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn dễ dàng tin rằng điều gì đó là bình thường chỉ với một ví dụ cụ thể mà bạn tìm được, trong khi đó lại khó chấp nhận những thông tin mà bạn chưa từng biết tới.

---

Trong tiếng Anh, số từ bắt đầu bằng chữ  $r$  có nhiều hơn số từ có chữ  $r$  đứng ở vị trí thứ ba?

Hãy thử nghĩ một chút nào – *rip, rat, revolver, reality, relinquish*. Nếu suy nghĩ giống phần đông mọi người, hẳn bạn đang nghĩ là số từ bắt đầu với chữ  $r$  chắc chắn nhiều hơn nhiều. Sai rồi bạn ơi! Trong tiếng Anh thì chữ  $r$  thường đứng ở vị trí thứ ba trong một *word* (từ) nhiều hơn là ở vị trí *first* (đầu tiên) – *car, bar, farce, market, dart*, v.v. Đơn giản là bởi vì việc liệt kê những chữ bắt đầu với  $r$  dễ hơn so với tìm ra những chữ có  $r$  đứng ở vị trí thứ ba. Bạn cứ thử mà xem.

Nếu một người bạn quen bị ốm sau khi tiêm vaccine phòng cúm, bạn sẽ trở nên do dự và không muốn đi tiêm, kể cả khi tất cả các số liệu thống kê đều cho thấy vaccine hoàn toàn an toàn. Thực tế cho thấy chỉ cần xem tin tức về một trường hợp cá biệt bị tử vong sau khi tiêm vaccine là đã đủ để

bạn vĩnh viễn tránh xa vaccine. Mặt khác, khi bạn nghe tin về việc ăn xúc xích có thể gây ung thư hậu môn, bạn sẽ nghi ngờ bởi vì điều đó chưa từng xảy ra với bất cứ người nào bạn biết. Chưa kể là xúc xích lại còn rất ngon nữa chứ. Xu hướng phản ứng nhanh và mạnh với thông tin mà bạn đã quen thuộc được gọi là **tự nghiệm về sự phổ biến** (*availability heuristic*).

Bộ não con người đã được tạo ra trong điều kiện hoàn toàn khác biệt so với thế giới đầy biến động ngày nay. Phần lớn thời gian trong khoảng vài triệu năm tiến hóa, chúng ta chỉ quen biết dưới 150 người, và những điều mà bạn nắm được về thế giới đều thông qua những sự kiện xảy ra trong cuộc sống thường nhật. Truyền thông đại chúng, số liệu thống kê, hay nghiên cứu khoa học – những thứ này không thể tiêu hóa một cách dễ dàng như những thứ mà bạn được thấy tận mắt. Câu tục ngữ “trăm nghe không bằng một thấy” là minh chứng rõ nhất cho tự nghiệm về sự phổ biến.

Các chính trị gia luôn lợi dụng điều này. Hẳn là bạn rất hay nghe thấy một bài diễn thuyết bắt đầu bằng “Tôi gặp một bà mẹ với hai con nhỏ ở Michigan vừa mới mất việc do thiếu thốn đầu tư tại đây...” hay điều gì đó tương tự. Bằng cách kể một câu chuyện như vậy, chính trị gia hy vọng rằng bạn sẽ đồng cảm với điều mà ông ta đang nói. Ông ta đang đặt cược rằng ảo giác về sự phổ biến sẽ khiến cho bạn tin rằng ví dụ đó là đại diện cho cả một nhóm người lớn hơn.

Một vấn đề khi được trình bày với ví dụ cụ thể sẽ dễ chiếm được lòng tin của bạn hơn là với những số liệu hay thông tin trừu tượng.

Những vụ xả súng tại trường học đã trở thành hiện tượng nguy hiểm mới sau vụ việc tại Columbine<sup>Ⓒ</sup>. Sự kiện đau thương này, về căn bản, đã thay đổi cách trường học tại Mỹ đối xử với học sinh. Hàng trăm đầu sách và phim tài liệu đã được sản xuất, vô số những buổi tọa đàm và hội thảo đã diễn ra để tìm hiểu về thảm họa mới này. Nhưng sự thật là số những vụ xả

súng tại trường học không hề tăng lên. Theo như nghiên cứu của Barry Glassner, tác giả cuốn *The Culture of Fear*, trong khoảng thời gian mà vụ việc ở Columbine và những vụ tương tự khác được các phương tiện truyền thông chú ý tới, bạo lực học đường đã giảm tới 30%. Lũ trẻ đã phải đối mặt với khả năng bị bắn cao hơn từ trước khi vụ Columbine xảy ra, nhưng lúc đó thì giới truyền thông lại chẳng mấy đưa tin. Một học sinh bình thường có khả năng bị sét đánh trúng cao hơn tới 3 lần so với khả năng bị bởi một người bạn cùng lớp bắn, thế mà người ta vẫn chuẩn bị các biện pháp phòng chống việc xả súng tại trường học như thể nó có thể xảy ra bất kỳ lúc nào vậy.

Amos Tversky và Daniel Kahneman là những người đầu tiên chỉ ra được sự tồn tại của sự tự nghiệm này trong nghiên cứu vào năm 1973. Các đối tượng tham gia đã được cho nghe băng đọc tên người, trong đó có 19 cái tên của những người đàn ông nổi tiếng và 20 cái tên mà họ chưa nghe tới bao giờ. Thí nghiệm cũng được lặp lại, sử dụng tên của phụ nữ. Sau khi nghe xong cuốn băng, các đối tượng nghiên cứu được yêu cầu viết lại càng nhiều càng tốt, hoặc phải chỉ ra được những cái tên đã nghe từ một danh sách tên. Khoảng 66% người tham gia nhớ được nhiều cái tên nổi tiếng hơn những cái tên xa lạ, và 80% cho rằng trong danh sách vừa nghe thì số tên nổi tiếng nhiều hơn. Câu đố về chữ *r* ở vị trí thứ nhất hay thứ ba cũng là ý tưởng của Tversky và Kahneman. Qua cả hai thí nghiệm này, họ đã chứng minh được rằng thông tin càng quen thuộc, càng có sẵn thì bạn sẽ càng xử lý nhanh. Mà một khi quá trình xử lý diễn ra nhanh hơn thì bạn lại càng dễ tin vào thông tin đó, và khả năng để bạn chấp nhận những thông tin khác trở nên nhỏ đi.

Khi mua vé xổ số, bạn tự tưởng tượng mình sẽ chiến thắng giống như những người đã thắng cuộc và được phỏng vấn trên TV đơn giản là bởi vì những người không trúng giải đâu có được phỏng vấn. Thực ra khả năng để

bạn rơi vào một vụ tai nạn giao thông thảm khốc trên đường đi mua vé còn lớn hơn là khả năng trúng số, nhưng mà thông tin này lại quá trừu tượng. Bộ não bạn không suy nghĩ thông qua những con số thống kê, nó sử dụng những ví dụ, những câu chuyện. Khi đối mặt với những vấn đề như mua vé số, phòng tránh virus West Nile, cảnh giác trước những kẻ xâm hại tình dục trẻ em, bạn sử dụng khả năng tự nghiệm về sự phổ biến trước khi nghĩ tới những thông tin thực tế. Bạn đưa ra quyết định về khả năng xảy ra của một sự kiện trong tương lai dựa vào độ dễ dàng để bạn có thể tưởng tượng nó. Và khi mà bạn bị tấn công bởi những báo cáo mới, hay là đã bị ngập tràn trong những nỗi sợ, thì hình ảnh tưởng tượng về những ví dụ cụ thể đó có thể lấn át qua những thông tin mới vốn có thể trái với niềm tin của bạn.

## HIỆU ỨNG BÀNG QUAN

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Khi một ai đó gặp nạn, mọi người sẽ tới để cứu.

### SỰ THẬT LÀ

Càng nhiều người chứng kiến một người gặp nạn thì khả năng một ai đó ra tay giúp đỡ càng nhỏ.

---

Nếu mà đột nhiên bị hỏng xe và điện thoại thì hết pin, theo bạn thì ở đâu bạn sẽ dễ dàng nhận được sự trợ giúp hơn – một con đường quê vắng vẻ hay một con phố ở thành thị đông đúc? Chắc chắn là sẽ có nhiều người thấy bạn trên con phố đông đúc hơn, trong khi đó nếu ở trên đường quê thì bạn có thể sẽ phải chờ hàng giờ mới có một người đi qua. Vậy câu trả lời của bạn là gì?

Các nghiên cứu cho thấy khả năng bạn được trợ giúp ở trên đường quê sẽ cao hơn. Tại sao lại như vậy?

Đã bao giờ bạn nhìn thấy ai đó bị hỏng xe bên đường và nghĩ rằng: “Mình có thể giúp họ đó, nhưng mà chắc chắn sẽ có ai khác cũng giúp được mà.” Ai cũng nghĩ vậy. Và không ai dừng lại cả. Đây được gọi là **hiệu ứng bàng quan** (*the bystander effect*).

Năm 1968, Eleanor Bradley trượt ngã và bị trẹo chân trong một cửa hàng bách hóa đông đúc. Trong vòng 40 phút, người ta chỉ bước qua và đi lại xung quanh cô cho tới khi một người đàn ông cuối cùng cũng đã dừng lại để xem có chuyện gì. Năm 2000, một nhóm thanh niên đã tấn công 60

phụ nữ trong một cuộc diễu hành tại Công viên Trung Tâm của thành phố New York. Hàng nghìn người chỉ đứng xem. Không một ai rút điện thoại ra gọi cho cảnh sát. Thủ phạm trong cả hai vụ này đều có thể coi là hiệu ứng bàng quan. Khi đứng trong một đám đông thì động cơ để bạn chạy tới trợ giúp một người gặp nạn trở nên nhạt nhòa, như thể bị hòa tan bởi tiềm năng của cả một nhóm lớn. Mọi người đều nghĩ rằng rồi sẽ có một ai đó hành động, nhưng bởi vì tất cả cùng chờ đợi nên chẳng có điều gì xảy ra cả.

Ví dụ được coi là điển hình nhất của hiện tượng này có lẽ là câu chuyện bi kịch của Kitty Genovese. Theo lời một bài báo vào năm 1964, Kitty đã bị tấn công và đâm bởi một kẻ thủ ác vào lúc 3 giờ sáng tại một sân đỗ xe hơi trước cửa khu nhà chung cư của cô. Kẻ tấn công đã bỏ chạy khi cô gái kêu cứu, nhưng không một ai trong 38 nhân chứng có mặt ở gần đó tới trợ giúp. Câu chuyện miêu tả rằng kẻ sát nhân đã quay trở lại hiện trường tới hai lần để tiếp tục đâm cô gái cho tới chết trong vòng 30 phút, trong khi có người theo dõi từ những ô cửa sổ xung quanh, về sau thì câu chuyện cũng đã bị lật tẩy, cho thấy đây thật ra là một vụ viết báo thổi phồng thái quá, tuy nhiên vào lúc đó thì nó đã thu hút sự chú ý rất lớn của các nhà tâm lý học về hiện tượng này. Nhiều nhà tâm lý – xã hội học đã bắt đầu nghiên cứu về hiệu ứng bàng quan sau khi câu chuyện này trở nên nổi tiếng, và những nghiên cứu của họ cho thấy khi càng có nhiều người chứng kiến một vụ việc cần sự giúp đỡ khẩn cấp thì khả năng có một ai đó thực sự ra tay càng thấp.

Năm 1970, hai nhà tâm lý học Bibb Latane và John Darley tạo dựng thí nghiệm trong đó họ sẽ cố tình đánh rơi bút chì hoặc tiền xu trước mặt một nhóm hoặc là một người. Họ lặp lại thử nghiệm này tới 6000 lần. Kết quả ra sao? Khi làm rơi đồ trước một nhóm người thì số lần họ được giúp nhặt lên chỉ chiếm khoảng 20%, trong khi đó nếu chỉ có một người thì khả năng tăng lên tới 40%. Họ quyết định làm một thí nghiệm mang tính chất quyết liệt hơn: Họ cho người tham gia điền bảng trả lời câu hỏi trong một căn phòng,

sau vài phút, khói sẽ bắt đầu tràn vào phòng từ một lỗ thông khí. Họ chạy thí nghiệm này với đối tượng ngồi một mình hoặc ngồi theo nhóm ba người. Khi ở một mình, những người tham gia thí nghiệm chỉ mất khoảng 5 giây để phản ứng và trở nên hoảng hốt, trong khi những người ngồi theo nhóm thì mất tới 20 giây để nhận ra có một vấn đề gì đó khác lạ. Những người ở một mình sẽ nhanh chóng kiểm tra nguồn gây khói và sau đó rời khỏi phòng để báo động những người làm thí nghiệm. Trong khi đó, đối với trường hợp ngồi theo nhóm ba người, họ sẽ chỉ ngồi yên tại chỗ nhìn nhau cho tới khi khói dày tới nỗi không thể nhìn thấy cả bảng trả lời câu hỏi trước mặt. Chỉ có 3 người trong số 8 nhóm được thí nghiệm là biết đứng dậy để rời khỏi căn phòng, và họ mất trung bình 6 phút để làm điều đó.

Phân tích từ thí nghiệm này cho thấy sự xấu hổ cũng có vai trò quyết định hành vi của một nhóm. Bạn nhận ra là trong phòng có khói nhưng bạn không muốn bị coi là một thằng khờ, thế là bạn liếc qua người bên cạnh xem họ đang làm gì. Người đó cũng đang suy nghĩ giống như vậy. Chẳng ai trong hai người có phản ứng gì cả, nên là cũng chẳng ai muốn tỏ ra hoảng hốt. Người thứ ba thấy hai người còn lại hành xử như vậy thì lại càng yên tâm là chẳng có gì bất thường đang xảy ra cả. Mọi người đều đang gây ảnh hưởng lên cách mà những người còn lại nhận định tình hình trong một hiện tượng gọi là **ảo giác về sự minh bạch** (*illusion of transparency*). Bạn có xu hướng cho rằng người khác có thể hiểu được mình đang nghĩ gì hay cảm thấy thế nào chỉ bằng một cái nhìn. Bạn tin là người còn lại có thể hiểu được rằng bạn cũng đang lo lắng về đám khói, nhưng thật ra là họ không thể. Họ cũng suy nghĩ y như bạn thôi. Và cuối cùng là chẳng ai trở nên hoảng hốt cả. Điều này dẫn tới một sự hiểu lầm tập thể – một tình huống mà ai cũng đang nghĩ giống như nhau, nhưng tin rằng mình là người duy nhất đang nghĩ vậy. Sau thí nghiệm với khói trong phòng, khi được phỏng vấn, tất cả những người tham gia đều thú nhận rằng họ thực sự đều hoảng sợ

trong lòng, nhưng bởi vì những người xung quanh không ai tỏ thái độ gì khác lạ nên họ cho rằng đó chỉ là do mình quá nhát.

Các nhà khoa học quyết định tăng độ kịch tính lên thêm nữa. Lần này, trong khi những người tham gia trả lời câu hỏi, họ cho một người phụ nữ la thật to rằng cô ấy đã bị thương ở chân ngay phòng kế bên. Có tới 70% số người ngồi trả lời câu hỏi một mình ra khỏi phòng để tìm hiểu chuyện gì đã xảy ra, trong khi đó chỉ có 40% số người ngồi theo nhóm có hành động tương tự. Khi bạn đi qua cầu và thấy một người gặp nạn dưới dòng nước đang kêu cứu, áp lực thôi thúc để bạn ra tay trợ giúp sẽ trở nên lớn hơn nhiều nếu bạn đi một mình so với việc ở trong một đám đông. Khi chỉ có một mình, tất cả trách nhiệm cứu giúp người bị nạn là của bạn mà thôi.

Hiệu ứng bàng quan cũng trở nên mạnh mẽ hơn khi bạn nghĩ rằng nạn nhân đang bị làm hại bởi một người mà họ quen biết. Lance Shotland và Margaret Straw đã chứng minh điều này trong một thí nghiệm diễn ra vào năm 1978: Họ thuê hai diễn viên, một nam và một nữ, đóng giả là đang cãi vã và đánh nhau. Những người xung quanh hầu như không hề can thiệp khi diễn viên nữ la lên rằng “Tôi chẳng hiểu tại sao tôi lại cười ông nữa!”. Trong khi đó nếu cô ta hét “Tôi không biết ông là ai!” thì sẽ được trợ giúp trong 65% số lần thử nghiệm. Nhiều nghiên cứu cũng cho thấy chỉ cần có một người hành động là sẽ có nhiều người khác cũng sẽ tham gia trợ giúp. Cho dù đó có là hiến máu, giúp một người lạ thay lốp xe, quyên góp tiền cho một nghệ sĩ đường phố, hay can thiệp vào một trận ẩu đả – mọi người đều chung tay trợ giúp khi họ thấy một người khác hành động trước.

Một ví dụ cuối cùng tuyệt vời để tổng kết chương này là thí nghiệm *Người Samari nhân đức*. Thí nghiệm này được thực hiện vào năm 1973 bởi Darley và Batson, với những người tham gia là những sinh viên trong lớp thần học của Đại học Princeton. Họ yêu cầu những sinh viên này phải



chuẩn bị một bài thuyết trình về câu chuyện về *Người Samari nhân đức* trong Kinh thánh. Trong sách Phúc âm của Luke, Chúa Jesus kể với các môn đồ của mình về một người khách lữ hành không may gặp cướp và bị đánh đập toi tả, cuối cùng bị bỏ lại hấp hối bên vệ đường. Một linh mục và một người đàn ông đi qua nhưng đều không ai ra tay giúp đỡ. Chỉ có một người Samari cuối cùng đã dừng lại để cứu trợ, mặc dù nạn nhân là một người Do Thái, và giữa dân Do Thái và dân Samari có một mối hiềm khích sâu đậm. Bài học mà câu chuyện này truyền đạt là về việc nên dừng lại và mở lòng giúp đỡ những người gặp khó khăn không kể hoàn cảnh hay sắc tộc. Sau khi trả lời một loạt những câu hỏi liên quan tới câu chuyện này, một nhóm các sinh viên được phổ biến rằng họ đã bị muộn trong việc diễn thuyết ở một tòa nhà khác, nhóm còn lại thì được cho biết là họ vẫn còn nhiều thời gian. Trên đường di chuyển tới tòa nhà để diễn thuyết, một diễn viên được cài cắm sẵn giả bộ bị ngã, kêu rên trong đau đớn như thể bị ốm và cần sự trợ giúp. Trong nhóm sinh viên được cho biết là còn nhiều thời gian, có 60% số người dừng lại và giúp đỡ. Vậy còn đối với nhóm đang vội thì sao? Chỉ có 10% ra tay giúp đỡ, còn những người khác thì phớt lờ, thậm chí còn có người dẫm lên diễn viên để đi nhanh hơn.

Vậy nên là bài học rút ra từ chương này là bạn không thông minh lắm đâu trong việc giúp đỡ người khác khi họ gặp nạn. Trong một căn phòng đông người hay một con phố bận rộn, bạn có thể tin rằng khi một điều gì đó xảy ra, mọi người sẽ chỉ biết đông cứng lại và nhìn nhau. Nắm được điều này, hãy luôn cố gắng trở thành người đầu tiên phản ứng và ra tay trợ giúp – hoặc là cố gắng chạy thoát trong trường hợp như một căn phòng ngập khói – bởi vì bạn có thể chắc chắn rằng những người khác sẽ không có hành động gì đâu.

## HIỆU ỨNG DUNNING-KRUGER

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn có thể dự đoán được chính xác khả năng của mình ở mọi tình huống.

### SỰ THẬT LÀ

Về cơ bản thì bạn khá kém trong việc đánh giá khả năng của bản thân và độ khó của những công việc phức tạp.

---

Hãy tưởng tượng rằng bạn chơi rất giỏi một trò nào đó. Trò nào cũng được – cờ vua, Street Fighter, bài poker – không quan trọng. Bạn thường xuyên chơi trò này với lũ bạn và lúc nào cũng thắng. Bạn cảm thấy mình thật giỏi, và bạn tin rằng mình có thể giành chiến thắng ở một giải đấu nếu có cơ hội. Vậy là bạn lên mạng tìm xem giải đấu khu vực sẽ diễn ra ở đâu và khi nào. Bạn trả phí tham gia và rồi bị hạ đo ván ngay trong hiệp đầu tiên. Hóa ra là bạn không giỏi lắm đâu. Bạn cứ nghĩ rằng mình thuộc dạng đỉnh của đỉnh, nhưng mà thực chất bạn chỉ là một tay ngang thôi. Đây được gọi là hiệu ứng Dunning-Kruger, và nó là một phần cơ bản trong bản chất của con người.

Hãy thử nghĩ về những ngôi sao Youtube mới nổi trong mấy năm gần đây – những người múa máy một cách vụng về với các loại vũ khí, hoặc là hát chẳng bao giờ đúng tông cả. Những màn trình diễn này thường rất tệ. Không phải họ cố tình dùng bản thân để mua vui cho người khác đâu. Trình

độ của họ thực sự tệ, và chắc hẳn bạn cũng thắc mắc là tại sao lại có người có thể tự đặt mình lên một sân khấu toàn cầu với những màn trình diễn đáng xấu hổ như vậy. Vấn đề nằm ở chỗ họ không tưởng tượng được là công chúng toàn cầu có thể khắt khe và đòi hỏi cao hơn so với lượng khán giả nhỏ bé họ vốn đã quen thuộc là bạn bè, gia đình và những người đồng cấp. Như nhà triết học Bertrand Russell đã từng phải than thở: “Trong thế giới hiện đại ngày nay thì những kẻ khờ khạo luôn tự tin hết mức trong khi những người khôn ngoan thì lại luôn nghi ngờ.”

Hiệu ứng Dunning-Kruger là lý do tại sao mà những chương trình như *America's Got Talent* hay *American Idol* có thể diễn ra. Ở trong phòng karaoke với lũ bạn, bạn có thể là người hát hay nhất. Nhưng để đối chọi với các thí sinh trong cả một quốc gia? Khó lắm.

Đã bao giờ bạn nhận thấy rằng những người có bằng cấp cao về khoa học khí hậu hay sinh học chẳng mấy khi lên mạng và tham gia vào những cuộc tranh cãi nảy lửa về biến đổi khí hậu hay là thuyết tiến hóa? Bạn càng biết ít về một vấn đề gì đó thì bạn càng dễ tin là vấn đề đó chẳng có gì mấy để mà tìm hiểu cả. Chỉ khi đã sở hữu một lượng thông tin nhất định, bạn mới nhận ra độ sâu và dày của biển kiến thức mà bạn chưa thể chạm tới.

Tất nhiên, vừa rồi chỉ là khái niệm chung chung. Năm 2008, nhà kinh tế học Robin Hanson đã chỉ ra rằng cụm từ **hiệu ứng Dunning-Kruger** có xu hướng trở thành một câu cửa miệng của nhiều người ở khoảng thời gian gần lúc bầu cử vì nó có tác dụng làm cho đối thủ của họ trông giống một kẻ đần độn.

Tên của hiệu ứng này xuất phát từ nghiên cứu của Justin Kruger và David Dunning vào năm 1999 tại Đại học Cornell. Họ đã cho sinh viên làm những bài tập về ngữ pháp, logic, và tự dự đoán kết quả của mình. Những người đạt điểm cao thì dự đoán tương đối chính xác trình độ của mình,

trong khi đó nhóm đạt điểm thấp lại có xu hướng đoán thứ hạng của mình cao hơn so với thực tế. Nhìn chung, nghiên cứu này cho thấy rằng chúng ta không thực sự giỏi trong việc tự đánh giá khả năng của bản thân.

Một số nghiên cứu gần đây đã cố gắng phản biện lại kết luận rạch ròi của hiệu ứng Dunning-Kruger, rằng “những người có trình độ hạn chế lại chính là những người không nắm rõ được rằng mình kém nhất”. Một nghiên cứu được thực hiện bởi Burson, Larrick, và Klayman vào năm 2006 cho thấy “Trong những tác vụ đơn giản, khi có thiên hướng tích cực, những người thực hiện tốt nhất cũng là những người dự đoán chính xác nhất khả năng của bản thân. Trong khi đó với những tác vụ khó khăn hơn có chứa thiên hướng tiêu cực, những người thực hiện tồi nhất lại dự đoán chính xác hơn.”

Vậy, kết luận lại là hiệu ứng Dunning-Kruger không chỉ đơn thuần khiến bạn tự tin thái quá khi vốn chỉ là một kẻ thường thường bậc trung. Thực chất nó hoạt động như thế này: Bạn càng giỏi việc gì đó, bạn càng bỏ nhiều thời gian ra để luyện tập, thì bạn càng có nhiều kinh nghiệm, và bạn sẽ có thể so sánh bản thân mình với người khác một cách chính xác hơn. Khi càng cố gắng để tiến bộ, bạn sẽ nhận ra những điểm mà bạn cần cải thiện. Bạn bắt đầu nhìn ra được sự phức tạp và chiều sâu của vấn đề; bạn biết đến những người đang dẫn đầu trong ngành, tự so sánh với họ và nhận ra điểm thiếu sót của mình. Mặt khác, khi bạn càng kém việc gì đó, bạn càng bỏ ra ít thời gian cho việc luyện tập và càng nắm được ít kinh nghiệm. Vì vậy, khả năng so sánh bản thân với người khác của bạn cũng kém hơn. Những người xung quanh lại không chỉ ra điều đó, hoặc là bởi vì trình độ của họ cũng chỉ bằng hoặc kém bạn, hoặc là họ không muốn làm bạn tổn thương. Sự cách biệt nho nhỏ giữa bạn và những người mới nhập môn khiến cho bạn tin rằng mình thật là siêu phàm. Charles Darwin đã tổng hợp một cách vô cùng súc tích: “Ngu dốt mới là thứ hay sinh ra sự tự phụ chứ

không phải là tri thức.” Dù là chơi đàn guitar hay viết truyện ngắn, tấu hài hay chụp ảnh, những kẻ nghiệp dư thường tự cho mình là chuyên gia hơn là chính bản thân các chuyên gia. Giáo dục không chỉ gói gọn trong việc học về những điều bạn chưa biết, mà còn bao hàm cả việc trau dồi những gì bạn đã biết.

Sự nổi lên gần đây như nấm mọc sau mưa của những chương trình truyền hình thực tế là một ví dụ tuyệt vời cho hiệu ứng Dunning-Kruger. Cả một ngành công nghiệp của những kẻ đều cáng kiếm sống bằng cách bơm vào đầu những người đẹp mã nhưng bất tài ý niệm họ là những nghệ sĩ thiên tài. Bong bóng xung quanh những ngôi sao truyền hình thực tế này dày tới nỗi đôi khi họ không bao giờ có thể thoát ra được. Thậm chí, có những lúc chính khán giả cũng tham gia vào trò hề này, nhưng những người nằm ở trung tâm của bi kịch vẫn không hề hay biết.

Bước chuyên từ nhập môn qua nghiệp dư, tới chuyên nghiệp, và cuối cùng là bậc thầy có ranh giới rất mờ nhạt. Hơn nữa, càng đi lên cao, con đường để bước tới bậc tiếp theo càng dài. Nhưng mà khoảng cách giữa mức độ nhập môn và nghiệp dư là khá ngắn, và chính đây là nơi mà hiệu ứng Dunning-Kruger phát huy tác dụng. Bạn nghĩ rằng chỉ với cùng khoảng thời gian và nỗ lực đầu tư để nhảy từ bậc nhập môn lên nghiệp dư, bạn cũng có thể tiếp tục nhảy lên mức chuyên nghiệp. Tiếc là thực tế không phải như vậy.

Mọi người đều trải qua hiệu ứng Dunning-Kruger này một vài lần trong đời. Phải trung thực với bản thân, tự nhận ra những khuyết điểm và khiếm khuyết của mình không phải là một lối sống dễ dàng. Cảm giác kém cỏi và bất tài thực sự rất đáng sợ – và bạn phải vật lộn với đồng cảm xúc này hàng ngày mới có thể đối mặt với cuộc sống. Nhìn một cách tổng thể, hiệu ứng

Dunning-Kruger nằm ở vị trí đối lập của hội chứng rối loạn lưỡng cực với cảm giác bất an thường trực.

Đừng để hiệu ứng Dunning-Kruger tác động tiêu cực lên bạn. Nếu muốn trở nên giỏi giang, bạn cần phải luyện tập và tham khảo thành tựu của những người đi trước, những người đã làm việc đó cả cuộc đời. Hãy so sánh và đối chiếu, giữ mình khiêm tốn, rồi tự nhận ra khuyết điểm của mình để khắc phục.

## ẢO QUAN

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Có những sự trùng hợp thật kỳ diệu. Chắc hẳn chúng phải có ý nghĩa nào đó chứ.

### SỰ THẬT LÀ

Trùng hợp là chuyện thường ngày ở huyện, kể cả những điều tưởng chừng như là kỳ diệu. Mọi ý nghĩa mà chúng có đều do chính tâm trí của bạn nghĩ ra thôi.

---

Các nhà biên soạn và giới viết tiểu thuyết từ lâu đã nắm được một lượng lớn những phép chuyển nghĩa dễ hiểu, không cần giải thích nhiều, và những cốt truyện có khả năng thỏa mãn tâm trí cho tất cả người xem.

Tất cả các câu chuyện đều cần phải có một nhân vật chính được xây dựng tốt mà bạn có thể đồng cảm. Nếu đó là người kém may mắn hay bị mất danh dự, bạn sẽ thấy họ là người dễ gần. Nếu đó là người gan dạ và đang phải đối mặt với hiểm nguy, bạn sẽ cổ vũ cho họ mà không cần đắn đo.

Chỉ cần nhân vật chính ra tay cứu một người đang gặp nạn dù đó không phải là trách nhiệm của mình là đủ để khiến bạn xiêu lòng. Mặt khác, bạn cũng cần có một kẻ phản diện đáng ghét gây hại cho người khác mà không cần lý do, một kẻ phớt lờ mọi luật lệ và chỉ muốn thỏa mãn bản thân bằng mọi giá. Những nhân vật chính rời khỏi cuộc sống hàng ngày để đi vào một thế giới mới tràn đầy những cuộc phiêu lưu và thử thách. Ngay vào lúc tưởng chừng như họ sắp tuyệt vọng, sắp thất bại, họ lại vượt qua khó khăn

đang cản bước mình và chiến thắng kẻ phản diện, đôi khi còn đồng thời giải nguy cho cả thế giới. Khi trở lại với cuộc sống của mình, họ đã trở thành một con người tốt đẹp và toàn diện hơn. Nếu câu chuyện thuộc thể loại bi kịch thì họ sẽ có kết thúc tồi tệ hơn xuất phát điểm.

Joseph Campbell đã dành cả đời mình để tìm hiểu những thể loại cốt truyện và thần thoại phổ biến, những câu chuyện mà bạn và mọi người đều thuộc nằm lòng. Ông gọi cốt truyện như mô tả ở đoạn trên là *hành trình của người anh hùng*, và nếu ngẫm kỹ lại về tất cả những bộ phim hay những tiểu thuyết bạn đã từng xem, bạn sẽ nhận thấy rằng hầu hết chúng đều là một phiên bản nào đó của câu chuyện trên. Từ các câu truyện dân gian cho tới các vở kịch, tác phẩm điện ảnh hiện đại hay trò chơi điện tử, hành trình của người anh hùng là cốt truyện một màu có khả năng xuyên thấu vào tâm trí bạn như chìa khóa cắm vào ổ vậy.

Bạn yêu thích việc theo dõi những diễn viên được trả lương triệu đô chơi trò diễn kịch chuyên nghiệp bởi vì bạn tư duy thông qua hình ảnh, thông qua những câu chuyện từ từ hé lộ với các nhân vật thú vị. Toán học, khoa học và logic là những thứ tưởng tượng hơn những vấn đề xã hội. Bạn nắm rõ vai diễn của bản thân, những ai là người cùng đứng trên sân khấu và câu chuyện của mình. Cũng giống như trên phim ảnh, bộ nhớ của bạn thường xóa bỏ đi những phần nhầm chán và chỉ tập trung giữ lại những đoạn kịch tính hoặc đáng nhớ – những điểm nhấn của cốt truyện.

Một số thể loại truyện nhất định, ví dụ như truyện trinh thám, biến tấu dựa trên cách thắt mở nút truyện mà bạn tin là phản ánh đời thực. Tiểu thuyết *The Da Vinci Code* hay series phim truyền hình *Lost* đều có nội dung xoay quanh những sự kiện bí ẩn, rồi những manh mối xuất hiện và chúng đều có liên hệ với nhau một cách kỳ lạ. Bạn bị cuốn vào khuôn mẫu dần lộ diện. Nó thôi thúc bạn lật giở từng trang sách hoặc xem liên tục từ tập phim



này đến tập phim khác để biết chuyện gì sẽ xảy ra, để xem cuối cùng mọi thứ kết nối với nhau như thế nào.

Khi cảm thấy điều này với cả các sự kiện ngoài đời nghĩa là bạn bị chi phối bởi **ảo quan**. Đây là một định nghĩa khá rộng, bao trùm lên cả những hiện tượng khác như **Sự nguy biến của tay thiện xạ Texas** hay **Ảo thị loạn hình** (*pareidolia*). Trong ảo thị loạn hình bạn thấy được những khuôn mặt và những hiện vật được hình thành từ chi tiết của những vật hoàn toàn không liên quan đến chúng, ví dụ như những đám mây hay những cành cây xếp thành hình mặt người. Ảo quan là việc phủ định sự tồn tại của tính tập trung ngẫu nhiên và nhiễu động, của những sự tình cờ.

Ảo quan xuất hiện thường xuyên nhất khi bạn bắt gặp sự đồng bộ trong các sự việc. Những khoảnh khắc trùng hợp nho nhỏ dường như mang một ý nghĩa nào đó kể cả khi bạn biết đó là điều không thể. Người ta vẫn thường phát sốt lên với những ngày có số đặc biệt, ví dụ như là ngày 20 tháng 02 năm 2002. Bạn chẳng thể phớt lờ khi một thứ gì đó vốn thường xuyên hỗn độn lại đột nhiên có trật tự. Đồng hồ đang chỉ 11:11 tối. Lần kế bạn nhìn lên thì thấy nó chỉ 12:12 đêm. Một cảm giác thú vị kỳ lạ tràn qua, bạn dừng lại suy nghĩ một chút rồi tiếp tục với cuộc sống của mình. Sự trùng hợp cũng có thể diễn ra ở mức độ lớn hơn. Nếu đêm hôm trước bạn mơ về một trận lụt khủng khiếp, và rồi thấy tin một trận lũ đã quét sạch hàng trăm căn nhà ở nơi xa xôi nào đó trong bản tin sáng hôm sau, chắc hẳn bạn sẽ cảm thấy một cơn ớn lạnh chạy dọc sống lưng.

Ảo quan sẽ chỉ trở thành vấn đề khi bạn cho rằng trùng hợp không đơn thuần chỉ là những tín hiệu bình thường trong sự nhiễu động của cuộc sống. Có thể bạn nghĩ những người nổi tiếng hay chết theo nhóm 3 người<sup>©</sup>, trong khi thực chất cái chết là một phần không thể tránh khỏi của cuộc sống. Bạn cảm thấy rất tuyệt khi nhận ra mình có chung ngày sinh nhật với thần tượng

của mình, mặc dù thực tế bạn có chung ngày sinh nhật với khoảng 16 triệu người. Bạn có thể cho rằng con số 23 có một năng lực đặc biệt nào đó bởi vì nó xuất hiện rất thường xuyên trong cuộc sống của bạn, trong khi thực ra nó cũng chẳng xuất hiện nhiều hơn bất kỳ con số nào cả. Bạn có thể chơi cò bạc cả đêm, tự thuyết phục mình rằng chơi nhiều rồi sẽ nhận ra khuôn mẫu của những lá bài, hay trình tự của chiếc vòng quay may mắn, nhưng xác suất chiến thắng sẽ mãi mãi không đổi. Bạn có thể đọc tin về một người nào đó đã thắng xổ số tới ba lần liên tiếp và cho rằng đó là nhờ vào sự kỳ diệu, nhưng thực ra những trường hợp thắng xổ số nhiều lần cũng chẳng phải là hiếm.

Khi bạn liên kết các sự việc trong đời mình để tạo thành một câu chuyện, và rồi bạn cố gắng gán cho nó một ý nghĩa đặc biệt, đó chính là ảo quan thật sự. Ví dụ thế này: Bạn đang băng qua đường thì bỗng một người vô gia cư túm áo và kéo bạn lại, vừa đúng lúc một chiếc xe máy phóng vút qua. Bạn muốn đưa một ít tiền để cảm ơn ân nhân cứu mạng nhưng ông ta nhất quyết không lấy. Ngày hôm sau, bạn đọc được bài báo về sự gia tăng của tình trạng vô gia cư trong thành phố. Một tuần trôi qua, trong lúc tìm việc mới trên mạng, bạn bất ngờ nhìn thấy tin tuyển dụng cho vị trí công tác xã hội tại thành phố mơ ước của bạn. Có lẽ bạn sẽ cho rằng tất cả những sự kiện trên xảy đến trong đời mình đều là để đưa đường dẫn lối bạn trở thành một người hùng cứu rỗi những mảnh đời bất hạnh. Vậy là bạn từ bỏ công việc hiện tại, chuyển tới thành phố khác, và bắt đầu giúp đỡ những người gặp khó khăn. Nhìn theo góc độ này, bạn có thể thấy ảo quan không phải lúc nào cũng xấu. Bạn cần một cuộc đời có ý nghĩa để có thể thức dậy vào mỗi sáng, để có thể bút phá và tạo nên sự khác biệt. Nhưng hãy nhớ rằng tất cả những ý nghĩa này đều xuất phát từ chính bản thân bạn.

Tâm trí bạn được lập trình để có thể dễ dàng nhận ra những trật tự, kể cả khi những trật tự đó được định nghĩa bằng văn hóa chứ không phải là bản

năng của bạn. Người Hy Lạp và Babylon cổ đại tin rằng những con số có ý nghĩa thiêng liêng, và tìm cách để gắn liền chúng với mọi khía cạnh của đời sống. Những người theo đạo Thiên chúa thời đầu tiên cũng vậy; họ đặc biệt tôn thờ con số ba và Chúa ba ngôi. Trong tất cả mọi tôn giáo và các nền văn hóa, một số con số được đề cao bởi người ta cho rằng chúng có ý nghĩa đặc biệt, quan trọng hơn những số khác. Và chính điều này đã tạo tiền đề cho ảo quan tác động lên con người, khiến người ta tin rằng những con số nhất định xuất hiện nhiều hơn bình thường<sup>⊙</sup>. Nói chung, bạn cũng có xu hướng ưa thích những con số tròn chục bởi vì bạn đã quá quen thuộc với việc sử dụng hệ thập phân. Khi có quyền quyết định, ảo quan là yếu tố khiến bạn chọn việc sắp xếp mọi thứ vào nhóm với số lượng mang nhiều ý nghĩa hơn, như là 10, 50, 100, v.v. Mở rộng ra thì những tờ tiền thực chất cũng bị tác dụng bởi ảo quan chung của cả xã hội nên chúng mới mang giá trị tròn chục như thế.

Định luật của những con số vô cùng lớn là thứ mà những người hoài nghi thường chỉ ra để phản bác lại ảo quan. Theo định luật này, khi một tập hợp đủ lớn, thì nhiều sự trùng hợp sẽ xuất hiện. Trên một hành tinh với gần 7 tỷ con người, xác suất của sự trùng hợp ngẫu nhiên là rất lớn. Khi người ta nhận thấy những sự trùng hợp này, họ ghi nhớ chúng và kể lại cho người khác nghe. Đôi khi chúng còn lên được cả mặt báo hay bản tin thời sự. Nhưng mà khi sự trùng hợp không xảy ra thì lại chẳng ai quan tâm cả. Vậy là bạn rơi vào một căn phòng đầy những câu chuyện về sự trùng hợp vang vọng không ngớt.

J. E. Littlewood, nhà toán học của Đại học Cambridge, đã viết về định luật của những con số vô cùng lớn trong cuốn sách *Littlewood's Miscellany*, xuất bản năm 1986. Ông đã tính toán rằng nếu một người bình thường có khoảng thời gian tỉnh táo cao độ là 8 giờ mỗi ngày, và trung bình cứ mỗi giây lại có một sự kiện xảy ra với người đó, thì trong vòng 35 ngày, người

đó sẽ trải qua 1 triệu sự kiện. Vậy nên nếu bạn có bao giờ nói rằng khả năng để một điều gì đó xảy ra là 1 trên 1 triệu, bạn đang nói rằng điều đó sẽ xảy ra mỗi tháng một lần. Điều này được gọi là *Định luật Littlewood*.

Thường thì ảo quan là hệ quả của thứ ảo giác mạnh mẽ nhất của chúng ta – thiên kiến xác nhận. Bạn chỉ nhận ra điều mà bạn muốn thấy, và bỏ qua tất cả những thứ còn lại. Khi bạn muốn thấy một điều có ý nghĩa, bạn sẽ bỏ qua tất cả những yếu tố còn lại trong cuộc đời mà bạn cho là vô nghĩa. Ảo quan không chỉ đơn thuần là nhìn thấy trật tự trong một đám hỗn độn, đó còn là niềm tin rằng bạn được số mệnh sắp đặt cho nhìn thấy điều đó. Bạn tin rằng những điều kỳ diệu rất hiếm hoi nên là bạn có nhiệm vụ phải nhận ra và làm mọi cách để hiểu được ý nghĩa của chúng.

Tuy nhiên, nếu dựa vào thống kê mà nói thì sẽ có luôn có điều kỳ diệu xảy ra mỗi lần bạn lật một trang mới trong cuốn sách này.

## LÒNG TRUNG THÀNH VỚI THƯƠNG HIỆU

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn thích những thứ mà bạn sở hữu hơn những thứ khác bởi vì bạn đã chọn lựa một cách lý trí khi mua.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn thích những thứ mà bạn sở hữu bởi bạn đang hợp lý hóa những lựa chọn trong quá khứ của mình để bảo vệ ý thức hệ của bản thân.

---

Mạng Internet đã thay đổi cách mà con người ta tranh luận.

Thử dạo qua bất kỳ một diễn đàn trực tuyến nào, bạn cũng đều có thể thấy được ngay những cuộc thảo luận nảy lửa, tranh cãi về lý do tại sao sự lựa chọn mua hàng của người này lại tốt hơn của người kia.

— Mac vs. PC.

— PS3 vs. XBox 360.

— iPhone vs. Android.

— ...

Thông thường thì những cuộc tranh luận này là giữa những người đàn ông với nhau. Lý do là bởi vì đàn ông thường sẽ luôn bảo vệ cái tôi cá nhân trước bất kỳ sự xúc phạm nào dù là nhỏ nhất. Những tranh cãi này cũng thường là về những món đồ chơi công nghệ rất đắt tiền, bởi vì chiến trường

ở đây là mạng Internet, vốn là nơi mà những người am tường về công nghệ tụ tập. Món đồ càng đắt thì độ trung thành của họ càng cao.

Trong thế giới của những bình luận trực tuyến, những người hâm mộ cuồng nhiệt thường được gán cho cái danh *fanboy*. Đây là từ lóng của cộng đồng mạng dành cho sự hâm mộ thái quá, tới mức độ ám ảnh. Từ này xuất phát từ tên của một tờ tạp chí do những người hâm mộ hãng Marvel đem đến hội chợ truyện tranh năm 1973. Tuy nhiên gần đây nó đã biến thiên thành một từ mang tính chế giễu dành cho bất kỳ ai thể hiện tình yêu với món đồ mà họ yêu thích. Khi ai đó đăng lên mạng một bài viết dài để biện hộ cho thứ mà họ thích hay nói xấu đối thủ, họ sẽ nhanh chóng bị gọi là fanboy. Và thực sự thì xu hướng fanboy cũng không phải là mới. Đó đơn thuần chỉ là một yếu tố trong việc xây dựng thương hiệu, điều mà các nhà marketing và các nhà quảng cáo vốn đã biết từ thời Quaker Oats<sup>®</sup> tạo nên một hình ảnh đại diện thương hiệu thân thiện để gắn lên bao bì.

Thực tế là chẳng có gia đình Quaker thân thiện nào sản xuất yến mạch vào năm 1877. Mục đích của công ty khi xây dựng hình ảnh này là để khiến khách hàng tự vẽ nên mối liên hệ giữa sự đáng tin cậy và thân thiện của nhà Quaker với sản phẩm của họ. Và điều đó đã thực sự có tác dụng.

Đây là một trong những nỗ lực đầu tiên trong việc xây dựng lòng trung thành với thương hiệu – mối liên kết cảm xúc của khách hàng với một số thương hiệu nhất định, khiến cho họ trở thành những người bảo vệ và quảng cáo cho chính những thương hiệu chẳng thêm quan tâm gì đến họ.

Trong một thí nghiệm tại Đại học Baylor, những người tham gia được đeo máy theo dõi hoạt động của não rồi cho uống Coca-Cola và Pepsi từ những chiếc cốc không đánh dấu. Thiết bị cho thấy rõ ràng rằng một số người thích mùi vị của Pepsi hơn. Tuy nhiên khi được cho biết rằng họ đang uống Pepsi, một vài trong số những người này, những người vốn chỉ thích

uống Coca-Cola, đã có phản ứng vô cùng đáng ngạc nhiên. Kết quả từ thiết bị cho thấy bộ não của họ ngay lập tức kiềm chế những tín hiệu thể hiện sự thỏa mãn. Và rồi họ nói với các nhà khoa học rằng họ thích mùi vị của Coca-Cola hơn.

Họ đã nói dối. Nhưng nếu xét về trải nghiệm chủ quan trong tình huống này thì họ lại nói thật. Họ thực sự cảm thấy thích vị của Coca-Cola hơn sau khi thí nghiệm kết thúc, và họ đã vô thức thay đổi ký ức của bản thân cho khớp với cảm xúc của mình. Trong quá khứ, họ đã bị ấn tượng và trở nên trung thành với Coca-Cola. Kể cả khi trên thực tế, họ thích mùi vị của Pepsi hơn, một trở ngại tâm lý vô cùng lớn vẫn cản trở họ thú nhận điều đó, thậm chí là với chính bản thân mình.

Thêm lòng trung thành này vào một thứ gì đó đắt tiền, một thú vui đòi hỏi phải có sự đầu tư lớn về tài chính cũng như thời gian, vậy là bạn có một fanboy. Họ luôn bảo vệ thứ mình thích và chế giễu đối thủ, phớt lờ cả những lập luận thực tế đi ngược lại những kết nối cảm xúc mà họ đã có sẵn.

Vậy điều gì đã tạo nên những kết nối cảm xúc này? Câu trả lời là sự lựa chọn.

Chúng ta không có nhiều lựa chọn và bắt buộc phải mua một số mặt hàng, ví dụ như giấy vệ sinh hay xăng dầu. Việc này khiến chúng ta bị những người làm marketing và các công ty quảng cáo gọi là *con tin*. Bởi vì việc sở hữu những thứ này là bắt buộc nên thường thì chúng ta sẽ không quá quan tâm đến sự khác biệt của các loại giấy vệ sinh, hay việc cây xăng này là của Shell hay Chevron.

Mặt khác, nếu đó không phải là một mặt hàng thiết yếu, như một chiếc iPad chẳng hạn, người mua hàng sẽ dễ trở thành fanboy hơn bởi họ phải chi một khoản tiền lớn cho nó. Chính sự lựa chọn sản phẩm này thay vì sản

phẩm khác đã dẫn tới việc người ta phải tạo ra lời giải thích cho sự lựa chọn đó, và thường thì nó sẽ gắn chặt vào hình ảnh cá nhân của bạn.

Cách xây dựng thương hiệu kiểu này cho bạn chọn lựa để trở thành con người mà bạn vẫn muốn tượng về bản thân đơn thuần chỉ bằng cách về cùng phe với hình ảnh của một sản phẩm nhất định.

Lấy ví dụ về những quảng cáo của Apple: Thường thì chúng không nói nhiều về tính năng và ưu điểm của máy tính do Apple sản xuất. Thay vào đó, chúng vẽ nên một bức tranh về những tuýp người thường dùng sản phẩm đó. Mục đích là để khiến bạn vẫn tưởng: “Phải rồi, tôi đâu phải là dạng một sách đầu to mắt cận lập dị. Tôi là người có phong cách và đã học qua những lớp nghệ thuật trong trường đại học rồi đó chứ.”

Có thực sự là máy tính của Apple tốt hơn máy của Microsoft? Có thực sự là sẽ có một hãng tốt hơn hãng còn lại nếu ta khách quan nhìn nhận dựa trên các phân tích, các số liệu thống kê và các bài kiểm tra so sánh?

Thực ra điều đó chẳng quan trọng lắm, bởi vì những tính toán này đều xuất hiện sau khi một người đã bắt đầu hình dung ra sản phẩm mà mình sẽ sở hữu. Nếu bạn tự thấy mình thuộc dạng người sở hữu máy tính Apple, lái xe hybrid, hút thuốc Camels, bạn đã bị ám ảnh rồi. Và một khi đã bị ám ảnh như vậy, bạn sẽ bảo vệ thương hiệu ưa thích của mình bằng cách tìm ra lỗi trong sản phẩm của đối thủ cạnh tranh và chỉ ra những điểm mạnh trong sản phẩm của mình.

Hành vi này là kết quả của sự kết hợp giữa một số những thiên lệch nhận thức khác nhau.

**Hiệu ứng sở hữu** (*the endowment effect*) là hiện tượng xảy ra khi bạn cảm thấy thứ mà bạn sở hữu có chất lượng tốt hơn so với những thứ khác.



Các nhà tâm lý học đã chứng minh hiện tượng này bằng cách cho nhóm người định giá một chai nước khoáng. Nhóm người đó thống nhất giá trị cho chai nước vào khoảng 5 đô-la. Tiếp theo, một người trong nhóm được nhận miễn phí chai nước đó.

Sau đó khoảng một giờ, những người thực hiện thí nghiệm hỏi người vừa được tặng chai nước xem người đó muốn bán lại với giá bao nhiêu. Thường thì họ sẽ đòi giá cao hơn so với giá xác định ban đầu, ví dụ như 8 đô-la. Sự sở hữu gắn thêm giá trị tinh thần đặc biệt vào vật chất, kể cả khi vật đó là miễn phí.

Thiên lệch nhận thức tiếp theo là **nguy biện chi phí chìm** (*sunk cost fallacy*). Điều này thường xảy ra khi bạn đã tiêu tiền vào một thứ gì đó mà bạn không thực sự muốn nhưng cũng không thể đòi lại tiền được. Ví dụ, có thể bạn vừa mới bỏ tiền ra mua đồ ăn mang đi nhưng nó lại rất tệ, vậy mà bạn vẫn ăn cho bằng hết. Hoặc là bạn cố ngồi xem hết một bộ phim trong rạp, dù rằng đó là một phim vô cùng tệ nhạt.

Chi phí chìm là những chi phí không thể thu hồi được, và chúng có thể gây ảnh hưởng lên bạn. Có thể bạn đã đăng ký một dịch vụ nào đó, rồi nhận ra rằng nó quá tốn kém. Tuy nhiên bạn vẫn không dừng dịch vụ đó lại bởi bạn tiếc số tiền mình đã bỏ ra. Liệu Blockbuster có tốt hơn Netflix, hay TiVo tốt hơn đầu DVR thông thường? Khi tiêu một số tiền lớn để duy trì một dịch vụ nào đó, bạn có thể sẽ không muốn thay đổi bởi bạn cảm thấy mình đã có một sự đầu tư nhất định vào thương hiệu đó.

Tất cả những thiên lệch nhận thức này đều góp phần tạo nên các hành vi thúc đẩy việc xây dựng thương hiệu, sự hình thành của chủ nghĩa fanboy và cả những cuộc đấu phím nảy lửa tranh cãi tại sao đồ của mình lại tốt hơn của đối phương – **thiên vị trong lựa chọn** (*choice supportive bias*).

Nó hoạt động thế này: Giả sử bạn có vài lựa chọn trong việc mua một chiếc TV mới. Trước khi quyết định, bạn thường so sánh và đối chiếu chất lượng của tất cả những mẫu TV đang có trên thị trường. Loại nào tốt hơn, Samsung hay Sony, màn hình plasma hay LCD, 1080p hay 1080i – nhiều yếu tố phải cân nhắc quá! Cuối cùng thì bạn cũng đưa ra quyết định, sau khi đã chọn xong rồi thì bạn nhìn lại và hợp lý hóa hành động của mình, tin rằng mẫu TV mình vừa chọn là tốt nhất.

Trong nghệ thuật bán lẻ, đây là một hiện tượng đã được nghiên cứu kỹ. Và để tránh việc người mua bị hối hận, các nhà bán lẻ thường cố gắng không làm bạn bị choáng ngợp trước quá nhiều lựa chọn. Các nghiên cứu đã cho thấy rằng nếu bạn chỉ có một số lượng có hạn những phương án lựa chọn thì sau này bạn sẽ ít đắn đo về quyết định của mình hơn.

Thực chất là lựa chọn của bạn hoàn toàn dựa vào cảm xúc. Trong lịch sử y học đã có những trường hợp bệnh nhân bị tổn thương trung tâm điều phối cảm xúc của não và trở thành những con người thuần logic như nhân vật Spock trong loạt phim *Star Trek* vậy. Nghiên cứu cho thấy những người này thậm chí không thể chọn giữa những thứ vô cùng đơn giản như là nên mua ngũ cốc của hãng nào. Họ đứng như trời trồng giữa những kệ hàng, phân vân suy tính mọi yếu tố trong quyết định của mình – từ lượng calo, hình dáng hộp, khối lượng tịnh – mọi thứ. Họ không thể đưa ra một lựa chọn quyết đoán bởi vì họ không có kết nối cảm xúc với bất kỳ thứ gì.

Để chống lại sự mất cân bằng hậu quyết định, hay nói cách khác là cảm giác nuối tiếc khi đã chọn một phương án trong khi phương án còn lại có thể tốt hơn, bạn tự hợp lý hóa thứ mà mình đã chọn để làm giảm sự lo lắng mang tới bởi những câu hỏi tự vấn.

Tất cả những điều trên tạo thành một mớ rắc rối những cảm xúc, liên kết tâm lý, hình ảnh về bản thân và những thiên lệch nhận thức xung quanh

thứ mà bạn sở hữu.

Vậy nên là lần tới, trước khi bạn lao vào liệt kê 100 lý do mà điện thoại di động của bạn tốt hơn của một ai khác, hãy do dự một chút. Vì thực chất, không phải là bạn đang cố gắng thay đổi ý kiến của họ đâu, bạn chỉ đang tự nâng cao quan điểm của bản thân thôi.

# LẬP LUẬN DỰA VÀO THẨM QUYỀN

---

## BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn quan tâm đến độ chính xác của thông tin hơn là người đưa ra thông tin.

## SỰ THẬT LÀ

Địa vị và uy tín của một người ảnh hưởng rất lớn tới cách mà bạn nhận thức về thông điệp của họ.

---

Khó mà không cảm thấy bị áp lực khi ngồi đối diện một vị giáo sư với hàng loạt bằng cấp và chứng chỉ. Từ đằng sau chiếc bàn làm việc bệ vệ, xung quanh là những tủ sách khổng lồ và những bức tượng nghệ thuật, bên trong ngôi nhà cổ kính thiêng liêng, dường như vị giáo sư tỏa ra ánh hào quang đầy uyên bác, mang sức nặng của học thức.

Khi vị giáo sư lên tiếng nói về lịch sử của nền văn minh nhân loại, bạn chắc chắn sẽ thấy những suy nghĩ này chính xác hơn, được xây dựng và phân tích cẩn thận hơn là quan điểm của thằng anh họ chuyên sưu tầm túi đựng nước sốt cà chua của bạn. Và chắc là bạn cũng không sai khi nghĩ vậy. Đúng là kiến thức của một vị giáo sư lịch sử về sự sụp đổ của Đế chế La Mã và bài học rút ra từ đó chắc chắn sẽ xác đáng hơn là ý kiến của một người chỉ đam mê nước sốt. Những người đã bỏ công sức cả đời mình ra để nghiên cứu về một vấn đề sẽ có tiếng nói giá trị hơn trong chuyên ngành của mình, nhưng điều đó không có nghĩa là mọi lời mà họ nói đều là vàng ngọc.

Giả sử vị giáo sư đó chia sẻ rằng ông ta rất muốn nhóm Spice Girls tái ngộ và biểu diễn tại trường, nếu bạn quyết định xem xét lại gu âm nhạc của bản thân thì nghĩa là bạn đã rơi vào bẫy nguy hiểm. Khi bạn cho rằng mọi quan điểm của một người có trọng lượng hơn của người khác bởi địa vị và uy tín cá nhân của họ, lúc đó bạn đang **lập luận dựa vào thẩm quyền** (*argument from authority*).

Bạn có nên lắng nghe lời khuyên của một thợ lặn chuyên nghiệp trước khi nhảy xuống biển? Đương nhiên là có rồi. Vậy bạn có nên tin khi họ kể rằng đã từng nhìn thấy một nàng tiên cá làm tình với cá heo? Không! Đừng tin!

Trong cuốn sách này, bạn sẽ gặp rất nhiều những quan điểm đã được công nhận của các nhà khoa học về những hành vi tâm lý để chứng minh rằng bạn hay tự dối mình đến mức nào. Tin vào phương thức giải nghĩa những bằng chứng thu thập được qua nhiều chục năm nghiên cứu mà hàng nghìn nhà khoa học đã công nhận không phải là mắc lỗi nguy hiểm. Khoa học tập trung vào thực tế sự thật chứ không phải là vào người đã tìm ra chúng. Tuy nhiên điều đó cũng không có nghĩa là họ không bao giờ sai.

Nhà thần kinh học Walter Freeman đã giành giải Nobel về Y học năm 1946 cho công trình *Giải phẫu thùy não người bị bệnh tâm thần* bằng cách đâm xuyên một chiếc dùi qua sau hốc mắt của họ. Một số báo cáo ghi lại rằng ông đã thực hiện kỹ thuật này hơn 2.500 lần, và thường là không gây mê bệnh nhân. Freeman đã phát triển một kỹ thuật vốn yêu cầu phải khoan sọ của bệnh nhân thành một tiểu phẫu có thể thực hiện cho bệnh nhân ngoại trú. Công cụ được sử dụng đầu tiên là dùi phá nước đá, sau này được ông thay thế bằng mũi dùi kim loại chuyên dụng. Khi dùng búa gõ vào mũi dùi này, nó có thể dễ dàng đâm xuyên qua sau hốc mắt của bệnh nhân. Sau khi thực hiện phẫu thuật cắt thùy não này, những bệnh nhân thần kinh vốn ngỡ

ngịch đã trở nên trầm tính hơn, bởi não họ đã bị tổn thương nặng nề. Phẫu thuật cắt thùy não đã trở nên vô cùng phổ biến ở các bệnh viện tâm thần, và Freeman thường lái một chiếc xe mà ông gọi là *lobotomobile*<sup>©</sup> đi khắp mọi nơi để truyền bá và phổ biến kỹ thuật của mình. Khoảng gần 20.000 người đã trải qua phẫu thuật này trước khi khoa học bắt kịp và chứng minh tác hại của nó. Walter Freeman đã bị chỉ trích rất nặng nề, nhưng trong khoảng hai thập kỷ huy hoàng của phương pháp phẫu thuật này thì ông đã giành được tất cả những giải thưởng cao quý nhất. Thậm chí người chị cả của tổng thống John F. Kennedy cũng đã trải qua phẫu thuật khủng khiếp này. Ngày nay thì phẫu thuật cắt thùy não đã bị cộng đồng y học tẩy chay, cho rằng đó là một kỹ thuật dã man và quá ngây ngô trong điều trị các bệnh về tâm thần.

Sự phát triển và suy tàn của phẫu thuật cắt thùy não là một minh chứng điển hình cho tác dụng của lập luận dựa vào thẩm quyền. Freeman và đồng nghiệp đã hấp tấp thực hiện mọi thứ trước khi có đủ các bằng chứng khoa học. Họ sử dụng phẫu thuật thần kinh để giải quyết, bởi nó cho kết quả mong muốn trước mắt. Các bệnh viện tâm thần đã chào đón Freeman; thẩm quyền của ông ta đã không bị xét hỏi, và cứ thế Freeman đã biến những bệnh nhân thực sự cần giúp đỡ thành những thầy ma. Và phải mất tới hai thập kỷ, các bằng chứng khoa học mới có thể làm lộ rõ bản chất của sự việc, cho thấy rằng phương pháp đó, đứng trên quan điểm y học, là không cần thiết, và xét từ góc nhìn đạo đức, là vô cùng tàn bạo. Ông bị rút giấy phép hành nghề và chết trong sự ruồng bỏ. Chính cộng đồng đã tung hô ông ta trong thời kỳ trước đã nhanh chóng quay lưng lại và chỉ trích mạnh mẽ sau này.

Những sự kiện đảo ngược vị thế này trong cộng đồng khoa học ngày nay đã ít hơn, nhưng trước đây, khi mà chúng ta còn chưa thực sự có nhiều kiến thức, thì không phải là hiếm. Giống như nhiều ngành khác, khoa học phải tránh những lập luận dựa vào thẩm quyền bằng cách tích cực chống lại

nó, luôn luôn đặt câu hỏi trước mọi thông tin mới để tránh những vụ việc tương tự như vụ bê bối trong ngành giải phẫu thần kinh vào những năm 1940. Mặc dù vậy, thói lập luận này vẫn len lỏi khắp nơi. Cho dù là ở trong nhà thờ hay trong cơ quan lập pháp, trong vườn thực vật hay công ty kinh doanh, những người có uy tín lớn có thể gây ra thiệt hại nặng nề nếu không ai dám đứng lên và đặt câu hỏi về thẩm quyền của họ.

Bạn thường ngưỡng mộ những người có quyền lực như thể họ có phẩm chất gì đó mà bạn thiếu, thứ gì đó mà bạn cũng muốn bản thân mình sở hữu. Vậy nên có những người đi theo cùng một tôn giáo kỳ quái, hay từ bỏ niềm tin vào y học giống như thần tượng của họ.

Nếu bạn cảm thấy thông tin nào đó đáng tin hơn đơn giản vì nó được đưa ra bởi một người có uy tín lớn, bởi nó được nhiều người chấp nhận, hay là nó xuất phát từ một nguồn có lịch sử lâu đời, thì bạn đang bị ảnh hưởng bởi lập luận dựa vào thẩm quyền. Nếu một vấn đề còn gây tranh cãi, thì nghĩa là nhiều chuyên gia có quan điểm khác nhau về vấn đề đó. Lúc này bạn nên tự đưa ra kết luận cho bản thân, dựa trên những bằng chứng khách quan, chứ không phải là phụ thuộc vào uy tín của người nói. Mặt khác, nếu có sự đồng thuận cao trong cộng đồng chuyên gia, thì bạn có thể yên tâm mà giảm bớt những hoài nghi của mình. Nhưng đừng bỏ hết hoàn toàn.

Nếu một ngôi sao bóng rổ khuyên bạn mua pin của hãng nào đó, hãy tự hỏi mình xem liệu anh ta có phải là chuyên gia trong lĩnh vực thiết bị lưu trữ năng lượng hóa điện không trước khi nghe theo nhé.

## LẬP LUẬN TỪ SỰ THIẾU HIỂU BIẾT

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Khi không thể giải thích được điều gì đó, bạn sẽ tập trung vào những điều mà bạn có thể chứng minh.

### SỰ THẬT LÀ

Là khi không chắc về điều gì đó, bạn có xu hướng chấp nhận những lời giải thích kỳ lạ.

---

Nghĩ về thế giới tự nhiên và nhận ra còn biết bao điều mình chưa biết có thể khiến trái tim bạn ngập tràn một cảm giác thỏa mãn kỳ lạ.

Làm sao một cây sồi to lớn có thể lớn lên từ một hạt giống nhỏ xíu?  
Làm thế nào mà những con sông lại tạo nên được những vực hẻm hùng vĩ?  
Tại sao vũ trụ lại có thể khởi đầu từ một điểm tí hon để rồi bùng nổ thành  
tất cả những năng lượng và vật chất quanh ta? Tại sao lại có những lúc bạn  
đang định bấm máy gọi cho ai đó thì cũng vừa lúc điện thoại đổ chuông,  
người đó ở đầu dây bên kia nói rằng họ cũng đang nhớ về bạn?

Rất dễ để bị rơi vào những suy nghĩ mơ hồ, huyền bí khi bạn đem so  
sánh vốn kiến thức của mình với đại dương của những điều bí ẩn. Nếu bạn  
không được cập nhật về những kết quả nghiên cứu khoa học mới nhất, bạn  
có thể đặt ý niệm về những hạt giống tí hon lớn thành những cây khổng lồ  
vào vùng trời chưa được khám phá. Bạn có thể đã gặp những người như vậy  
rồi, những người cho rằng cách nam châm hoạt động, hay là sự tồn tại của



Stonehenge là những điều bí ẩn không thể giải thích. Họ coi chúng là phép màu, hoặc tin rằng việc giải thích chúng nằm ngoài khả năng của hiểu biết con người. Thật là một cảm giác tuyệt vời khi bị kích thích bởi vẻ đẹp không thể cưỡng lại của thiên nhiên và sự khéo léo của người cổ đại. Việc suy nghĩ về những điều bí ẩn đem lại một cảm giác dễ chịu.

Vấn đề duy nhất với thứ cảm xúc này là khoa học đã giải thích được rất nhiều bí ẩn của cuộc sống, cả bên trong lẫn bên ngoài tâm trí bạn. Đây thực sự là tin buồn cho người hâm mộ những chương trình truyền hình như *Unsolved Mysteries*, *Ripley's Believe it or Not* hoặc *In Search Of*. Ngược lại thì gần đây, những chương trình như *Ghost Hunters* và *The Unexplained* được người xem đánh giá cao vì nói về những điều ma quái vốn đã bị khoa học làm cho mất đi vẻ kỳ bí.

Ngoài ra, những đạo cụ thần bí như quả cầu pha lê hay là thanh cảm xạ lợi dụng xu hướng tìm kiếm sự trùng lặp của bạn. Một cách tự nhiên, bạn luôn suy nghĩ theo hướng đi tìm nguyên nhân và kết quả. Nhưng khi nguyên nhân không rõ ràng, bạn sẽ thường mắc phải lỗi ngụy biện trong suy luận; đó là cho rằng mọi khả năng đều có trọng lượng như nhau.

Bước vào một căn nhà cổ và bạn có một cảm giác kỳ lạ – liệu có phải do căn nhà bị ma ám? Những tiếng kéo kẹt của sàn gỗ và những tiếng động từ dưới hầm có phải là thông điệp của những linh hồn? Ánh sáng kỳ dị từ trên cao – đó có phải là người ngoài hành tinh đang chuẩn bị bắt cóc những người nông dân vô tư, chẳng may may nghi ngờ? Những dấu vết trong rừng có phải là của người khổng lồ chân to vốn thân thiện nhưng bị hiểu nhầm?

Hầu hết những thứ được cộp mác hiện tượng siêu nhiên kỳ bí đều là hậu quả của việc con người rơi vào lỗi **lập luận từ sự thiếu hiểu biết** (*argument from ignorance*), hay *argumentum ad ignorantiam*, nếu bạn muốn dùng tiếng latin cho có vẻ học thức hơn. Nói một cách đơn giản, đó là

lúc bạn quyết định một thứ gì đó đúng hoặc sai bởi vì bạn không thể tìm được bằng chứng chứng minh luận điểm ngược lại. Bạn không biết sự thật là gì, và cho rằng bất kỳ lời giải thích nào cũng có thể sử dụng được. Có thể tia sáng trên cao đó phát ra từ tàu vũ trụ của người ngoài hành tinh, nhưng cũng có thể là không phải. Bạn không biết, nên bạn cho rằng khả năng nó đến từ phi thuyền của những vị khách tới từ dải ngân hà khác cũng ngang với khả năng đó là ánh đèn của một chiếc trực thăng ở xa.

Bạn không thể bác bỏ điều mà bạn không biết. Lỗi lập luận từ sự thiếu hiểu biết khiến bạn cảm thấy rằng khả năng nào đó có thể xảy ra bởi vì bạn không thể phản bác nó. Bạn đang cầm cuốn sách này trong tay, nhưng bạn chẳng thể chắc chắn được là khi bạn đặt nó xuống và đi ra khỏi phòng, nó sẽ không sống dậy như một con quái vật và ăn hết đám bụi tích tụ bấy lâu nay. Mặc dù vậy, bạn thấy cũng không cần thiết phải khóa cuốn sách này lại mỗi khi đem về để tránh khả năng nó lớn mạnh tới mức có thể ăn thịt bạn. Chỉ bởi vì bạn không thể bác bỏ khả năng cuốn sách là một con quái vật khát máu, không có nghĩa khả năng điều đó là thật sẽ tăng lên. Về sự tồn tại của yêu tinh lùn và kỳ lân, ma cà rồng hay quái thú hồ Loch Ness cũng vậy. Khả năng để những thứ này là có thật không hề tăng lên chỉ vì bạn không thể chứng minh rằng chúng không tồn tại.

Việc thiếu bằng chứng không thể xác minh hay bác bỏ một lập luận. Liệu sự sống có tồn tại trên hành tinh khác? Chúng ta không thể khẳng định là có hay không chỉ vì bằng chứng chưa được tìm thấy. Không cần biết bạn cảm thấy thế nào về câu hỏi, bạn sẽ sai hoàn toàn nếu cho rằng việc thiếu bằng chứng là đủ để đi đến kết luận. Nhưng đồng thời, bạn cũng không thể quá cởi mở trong tư tưởng mà không bận tâm đến bằng chứng. Liệu có phải Michael Jackson tới từ tương lai để dạy cho nhân loại điệu nhảy moonwalk? Bạn không thể thực sự chứng minh rằng điều đó là hư cấu,

nhưng cũng có đủ bằng chứng cho thấy rằng ông ấy là một ca sĩ sinh năm 1958, chứ không phải là một người tới từ năm 3022.

Một số người cho rằng nạn tàn sát người Do Thái không hề xảy ra, hoặc là loài người chưa bao giờ đặt chân lên Mặt Trăng, nhưng đã có rất nhiều bằng chứng cho thấy cả hai sự kiện này đều là thật. Những người theo chủ nghĩa hoài nghi từ chối việc chấp nhận những sự thật này thường yêu cầu phải có thêm bằng chứng trước khi thay đổi quan điểm. Nhưng dù cho có thêm đến bao nhiêu bằng chứng nữa cũng là không đủ. Chỉ cần có một sự nghi ngờ nhỏ nhất là đã đủ để họ tiếp tục lập luận từ sự thiếu hiểu biết.

# NGỤY BIỆN BÙ NHÌN RƠM

## BẠN VẪN TƯỞNG

Khi tranh luận, bạn luôn bám vào những luận chứng khách quan.

## SỰ THẬT LÀ

Trong các cuộc tranh luận, sự bức bối sẽ khiến bạn cố tình bẻ cong và thay đổi lập trường của đối thủ.

Khi bị lép vế trong một cuộc tranh luận, bạn thường dùng một số kỹ thuật đánh lạc hướng để củng cố quan điểm của mình. Không phải bạn đang cố tình làm trò xảo trá, chỉ là bộ não con người có xu hướng hành xử theo một số khuôn mẫu nhất định khi nổi nóng trong một cuộc đấu khẩu.

Một trong những lỗi ngụy biện logic dễ đoán và dễ gặp nhất là **ngụy biện bù nhìn rơm** (*the straw man fallacy*). Và mặc dù khả năng nó xuất hiện là rất cao, bạn thường không nhận ra, cho dù chính bạn hay đối phương đang sử dụng lỗi ngụy biện này.

Nó hoạt động như sau: Khi tranh luận với một ai đó, bất kể là về chủ đề gần gũi, mang tính cá nhân hay trừu tượng, hay mang tính cộng đồng, bạn thường tạo nên một nhân vật mà bạn cảm thấy dễ phản đối hơn, và bạn đặt đối phương vào vị trí của nhân vật đó, mặc kệ cho ý kiến của họ có đúng là như vậy hay không. Đó chính là bù nhìn rơm.

Điều này xảy ra vô cùng thường xuyên. Bởi vậy mà những nhà hùng biện hay những người thuyết giảng khoa học đều được huấn luyện để nhận ra điều này ở chính bản thân họ và cả đối thủ trong lúc đưa ra ý kiến cũng

như lúc phản pháo quan điểm. Lối nguy biện này sẽ thay những luận điểm và lời khẳng định của đối thủ bằng những ý kiến khác để đối phó hơn do bạn tự tạo ra.

Nguy biện bù nhìn rom có lối hoạt động khá phổ biến. Đầu tiên bạn dựng nên tên bù nhìn rồi tấn công nó bằng các luận điểm của mình. Sau đó bạn chỉ ra sự dễ dàng trong việc hạ gục tên bù nhìn đó, và rồi từ đó rút ra kết luận.

Ví dụ thế này, bạn đang tranh luận về vấn đề có nên cho phép nuôi gà như thú cưng một cách rộng rãi không. Bản thân bạn thì cho rằng gà là những sinh vật ghê tởm bởi hồi nhỏ bạn đã bị một con gà mái ở sở thú tấn công. Từ sau lần đó bạn đã luôn tìm cách không để gia cầm tiếp xúc với trẻ nhỏ. Đối thủ của bạn thì đang xúc tiến thay đổi quy định của thành phố để anh ta có thể tạo ra một giống gà lai trông như những con hải quỳ và bán cho những cửa hàng thú cưng.

Bạn nói rằng: Nếu chúng ta cho phép việc nhân giống gà tại gia, gà sẽ sớm có mặt ở khắp nơi trên đường phố và các nơi công cộng. Rồi thì dần dần người ta sẽ mang theo gà tới chỗ làm, cho chúng góp mặt trong những bức ảnh Giáng sinh cùng những thành viên khác trong gia đình. Trong một tương lai như vậy thì điều gì sẽ xảy ra với ngành công nghiệp gia cầm? Sẽ không ai muốn ăn thứ có thể là thú cưng. Tôi không muốn sống trong một tương lai u tối như vậy. Bạn thì sao? Vậy nên chúng ta sẽ không thể cho phép thông qua quy định này được.

Bằng việc tạo nên viễn cảnh về một thế giới điên đảo khi đối phương thắng cuộc, bạn đã xây dựng thành công một bù nhìn rom. Sẽ rất dễ để thấy được những khuyết điểm của tên bù nhìn này, và khó mà bảo vệ được nó. Tuy nhiên, đó cũng đâu phải là ý kiến do đối thủ của bạn đưa ra. Giờ thì người đó sẽ phải thanh minh rằng kế hoạch của họ không nhằm khiến cho

các cửa hàng gà rán phải đóng cửa. Họ rơi vào tình thế buộc phải tranh luận chống lại viễn cảnh tận thế ngập trong lông vũ do bạn bịa ra thay vì đưa ra những cách hợp lý mà một người có thể chăm sóc một đàn gà thú cưng.

Trong bất kỳ một cuộc tranh luận nào về những chủ đề gây tranh cãi, bạn đều có thể tìm được những bù nhìn rơm do cả hai phía tung ra. Nhiều người biến chúng thành lời cảnh báo về tương lai đen tối cho nhân loại. Bất kỳ khi nào mà bạn nghe thấy những câu đại loại như: “VẬY theo ý kiến của bạn thì chúng ta cần phải...”, hay là “Ai cũng biết là...”, bạn có thể gần như chắc chắn rằng một tên bù nhìn rơm sắp được mang ra. Khi bạn hoặc ai đó bắt đầu tưởng tượng về những tương lai tăm tối nằm dưới ách thống trị của các ý tưởng từ đối thủ, thì có nghĩa là một tên bù nhìn rơm đã thành hình và ngồi chễm chệ trong căn phòng. Những tên bù nhìn này cũng có thể được sinh ra từ sự thiếu hiểu biết. Nếu ai đó nói rằng: “Khoa học cho rằng chúng ta tiến hóa từ khỉ. Điều đó là không đúng, và bởi vậy mà tôi chọn việc giáo dục tại gia,” người đó đang nấp sau một bù nhìn rơm, bởi vì thực chất khoa học đã chứng minh rằng chúng ta không tiến hóa từ loài khỉ.

Lần sau, khi bạn bất đồng quan điểm với một ai khác, hãy chú ý một chút và tự xem lại bản thân xem mình có đang kết rơm tạo bù nhìn không. Hãy nhớ rằng dù có thành công nhờ sử dụng chiến thuật này đi chăng nữa, thì nó vẫn là một nguy biện logic, và đó sẽ không phải là một chiến thắng thực sự.

## NGUY BIỆN TẤN CÔNG CÁ NHÂN

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Nếu bạn không thể tin tưởng ai đó thì bạn nên bỏ ngoài tai những quan điểm của họ.

### SỰ THẬT LÀ

Điều mà người ta nói và tại sao mà họ nói điều đó cần được phân xét một cách tách biệt rạch ròi.

---

Thi thoảng có những cuộc tranh luận gay gắt tới mức bạn bắt đầu lăng mạ đối phương. Lúc đó, bạn đang tấn công bản thân người đối diện chứ không phải là tranh luận với luận điểm của họ nữa. Bất đồng và phản pháo một người mà bạn cho là xấu xa hoặc ngu dốt sẽ dễ dàng hơn nhiều. Việc gọi một ai đó là kẻ mù quáng, khờ khạo, hoặc là tên đầu cẳng mang lại cảm giác thỏa mãn, nhưng lại không chứng minh được bạn đúng hay họ sai.

Nghe thì hợp lý đó nhỉ? Nhưng không phải lúc nào bạn cũng có thể nhận ra mình đang làm vậy. Khi bạn cho rằng quan điểm của ai đó là thiếu chính xác chỉ vì con người cá nhân của họ, hoặc hội nhóm mà họ là thành viên, đó là lúc mà bạn đã thực hiện hành vi **ngụy biện tấn công cá nhân** (*ad hominem fallacy*). *Ad hominem* trong tiếng latin có nghĩa là *tới một người*, cũng chính là điểm mà bạn tập trung tấn công khi mà cuộc tranh luận vượt quá tầm kiểm soát.

Hãy tưởng tượng bạn là thành viên của bồi thẩm đoàn trong vụ xét xử một người bị buộc tội trộm xe hơi. Công tố viên có thể đề cập tới quá khứ của bị cáo để chứng minh rằng đối tượng đã từng gây án, hoặc có thể mời những người quen biết bị cáo trong quá khứ đến để làm chứng rằng anh ta là một kẻ dối trá. Một khi hạt giống nghi ngờ đã được gieo xuống – nghi phạm là một tên trộm cắp gian dối – điều này có khả năng suy chuyển quan điểm lúc đó của bạn. Bất kể người đó có nói gì để thanh minh bản thân, ở đâu đó trong tâm trí bạn vẫn sẽ có những nghi ngờ bởi bạn không thể tin những kẻ dối trá. Nếu anh ta nói với bạn rằng bầu trời màu xanh và bánh mì là đồ ăn được thì bạn không thấy có vấn đề gì cả. Lỗi ngụy biện sẽ không xuất hiện. Chỉ khi những gì anh ta nói là điều mà bạn chưa chắc chắn thì bạn mới bị tác động. Khi bị cáo khẳng định rằng mình không hề đánh cắp chiếc xe hơi, cú tấn công cá nhân của công tố viên có thể sẽ khiến bạn bỏ qua những bằng chứng và mắc phải lỗi ngụy biện logic.

Giả sử một nhà khoa học nổi tiếng bị phát hiện là đã cố tình giả mạo kết quả nghiên cứu. Liệu bạn có chối bỏ tất cả thành tựu khoa học của ông ta? Nếu tất cả những công trình trước đó của ông ta đều đã được đánh giá và kiểm duyệt cẩn thận thì sao? Rất khó để gạt bỏ thôi thúc muốn gán mắc nhà khoa học đó là kẻ xảo trá và vô đạo đức. Khi bạn cho rằng mọi công trình trước đó của ông ta đều là giả dựa trên cái nhãn mà bạn đã gán lên ông ta – một kẻ dối trá – thì bạn đã mắc lỗi logic. Bạn cũng có thể sẽ mắc phải sai lầm này khi đọc một bài báo chứa quá nhiều thông tin sai lệch. Bạn có xu hướng nghĩ rằng nếu nhà báo đó bịa ra được một bài báo để đăng thì tất cả các bài từ trước đến nay của anh ta cũng đều là bịa đặt. Việc nghi ngờ là có căn cứ, nhưng nếu bạn đưa ra kết luận chỉ dựa vào cảm xúc của mình thì đó lại là một sai lầm.

Khi một ai đó góp ý về cách bạn lái xe và bạn phản pháo bằng: “Ông thì biết cái gì mà nói. Chính ông mới là tài xế tệ nhất trên đời,” thì đó chính là



ngụy biện tấn công cá nhân. Bạn đang gạt đi ý kiến của đối thủ bằng cách tấn công vào bản thân họ chứ không phải là chống lại những luận điểm họ đưa ra.

Hành vi nói xấu người khác về bản chất không phải là một lối ngụy biện. Ngụy biện là khi bạn kết hợp điều đó với việc gạt đi những ý kiến họ đưa ra chỉ dựa vào ấn tượng của bạn về con người họ. Nếu bạn từ chối lắng nghe những lời khuyên về tài chính của một con nghiện bởi vì họ là người đã đốt tiền vào ma túy thì đó cũng là một dạng ngụy biện tấn công cá nhân. Giả sử một người nghiện thuốc lá nói rằng họ muốn bãi bỏ lệnh cấm hút thuốc trong nhà hàng, bạn cũng không nên phủi đi ý kiến này chỉ bởi vì họ có mối lợi cá nhân trong đó. Biết đâu họ lại có một quan điểm nào đó rất hợp lý thì sao? Hoàn cảnh cá nhân của họ không được phép gây ảnh hưởng lên lập luận logic của bạn.

Trong một chiến dịch tranh cử có thể có những banner đả kích đối thủ như sau: “Đừng bầu cho Susan Smith bởi vì bà ta từng thực hiện những nghi lễ tà thuật hồi còn là sinh viên.” Tuy nhiên, nếu suy xét một cách hợp lý thì một người có thú vui làm cô đồng không có nghĩa là họ không biết cách cân bằng ngân sách. Những chính trị gia luôn hy vọng rằng bạn sẽ dính vào bẫy ngụy biện khi thấy họ chỉ ra những mối quan hệ cá nhân của đối thủ. Việc kết tội dựa vào những mối quan hệ thường có nguyên nhân từ lối ngụy biện tấn công cá nhân. Có thể việc chơi với những kẻ tội phạm xấu xa khiến cho họ bị mất thanh danh, nhưng rạch ròi mà nói thì những chính sách do họ đưa ra và việc họ nướng BBQ với ai là hai vấn đề khác nhau hoàn toàn.

Tuy nhiên điều này cũng không có nghĩa là khi thấy một người mặc bộ quần áo hình quả chuối, chơi sáo và cầm một tấm bảng đề “Tận thế sắp đến!” thì bạn phải chạy ngay về nhà và nói lời từ biệt với người thân. Tránh

mắc phải lỗi nguy biện tấn công cá nhân không có nghĩa là bạn phải coi độ chính xác của mọi thông tin là như nhau. Tất nhiên là nói một cách logic thì bạn chẳng thể chắc chắn được liệu người mặc bộ đồ quả chuối đó nói đúng hay sai. Có thể là ngày tận thế đã cận kề thật. Nhưng bạn cần phải tự đi đến kết luận của mình dựa vào những bằng chứng và luận điểm mà anh ta đưa ra. Nếu quan điểm của anh ta dựa vào việc nghe lỏm được bọn chim bồ câu tán dóc với nhau thì bạn có thể bỏ qua nó mà không cần suy nghĩ nhiều.

Lỗi nguy biện này cũng có thể hoạt động theo hướng ngược lại. Bạn có thể cho rằng đối phương là một người đáng tin cậy bởi cách mà anh ta ăn nói, hoặc là bởi vì anh ta có một công việc tốt. Thật khó có thể tin được một cựu phi hành gia lại có thể mặc bím và lái xe xuyên quốc gia để giết hại tình địch của mình, nhưng điều đó đã thực sự xảy ra. Lỗi nguy biện nói tới trong chương này sẽ hoạt động theo hướng ngược lại nếu bạn là một thành viên trong ban bồi thẩm xét xử vụ án trên và có xu hướng gạt bỏ đi những chi tiết bất lợi trong bằng chứng chống lại bị cáo bởi lòng kính trọng của bạn dành cho những người có công khám phá vũ trụ.

Bạn thường cho rằng các tính cách đại diện cho mỗi cá nhân và rằng ai cũng có sự đồng nhất trong mọi hành động. Bình thường thì đây là một điều tốt bởi nó giúp bạn nhanh chóng chọn ra được những người mà bạn có thể tin tưởng. Tuy nhiên việc cân nhắc xem ai đáng tin và việc kết luận xem điều mà họ đang nói có phải sự thật hay không lại là hai thứ khác hẳn nhau. Đánh giá qua tính cách đã là một công cụ quá hữu hiệu trong lịch sử tiến hóa của loài người nên đôi lúc nó có thể lấn át lập luận logic của bạn. Bạn có thể rất biết nhìn người, nhưng bạn cũng cần kỹ năng đánh giá dựa vào bằng chứng để tránh mắc phải những sai lầm trong lập luận.

## NGUYỄN BIỆN VỀ THẾ GIỚI CÔNG BẰNG

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Những người thất bại trong cuộc sống chắc chắn đã phải làm điều gì đó sai nên mới đáng bị như vậy.

### SỰ THẬT LÀ

Những người may mắn thường cũng chẳng phải do đã làm điều gì đó xứng đáng, và kẻ xấu thì cũng thường xuyên thoát tội mà không phải trả giá.

---

Một người phụ nữ vừa ra khỏi quán bar, đi giày cao gót, diện váy ngắn và không mặc đồ lót. Cô ấy đã khá say, chân nam đá chân chiêu, đi nhầm đường và bị lạc vào một khu phố không được tốt đẹp cho lắm. Và cuối cùng thì cô ấy đã bị hãm hiếp.

Vậy cô gái đó có đáng trách? Đó có phải là lỗi của cô ấy? Có phải là do cô ấy đã ăn mặc quá khêu gợi?

Nhiều người đã trả lời *có* cho cả ba câu hỏi trên trong một cuộc điều tra. Khi nghe kể về những tình huống mà bạn mong rằng sẽ không xảy ra với mình, bạn sẽ có xu hướng đổ lỗi cho nạn nhân. Điều này không có nghĩa bạn là một người xấu xa, mà bởi vì bạn muốn tự củng cố niềm tin rằng mình đủ thông minh để tránh gặp phải những trường hợp như vậy. Bạn cố thôi phòng mọi thứ thuộc về trách nhiệm của nạn nhân lên thành những điều to lớn hơn, những thứ mà bạn sẽ không bao giờ làm. Nhưng có một *sự thật* là: Hiếp dâm hiếp khi là hệ quả từ những hành vi không hay của nạn

nhân. Thống kê cho thấy những kẻ thủ ác thường là người thân quen, và yếu tố về trang phục hay hành động của nạn nhân cũng không có ảnh hưởng nhiều. Kẻ hiếp dâm luôn là người đáng bị lên án, vậy mà hầu hết các chiến dịch tăng cường nhận thức về thực trạng này đều luôn nhắm tới phụ nữ chứ không phải đàn ông. Thông điệp đưa ra thường là: “Đừng làm điều gì khiến bạn trở thành nạn nhân bị hiếp dâm.”

Trong tiểu thuyết hay phim ảnh, người tốt thường chiến thắng và kẻ xấu sẽ thất bại. Đó là điều mà bạn luôn muốn thấy trong thế giới quanh mình – công bằng và đúng đắn. Trong tâm lý học, xu hướng suy nghĩ như vậy về cách mà thế giới vận hành được gọi là **ngụy biện về thế giới công bằng** (*just-world fallacy*).

Nói một cách cụ thể hơn, đây là xu hướng phản ứng của một người bình thường trước những điều bất hạnh khủng khiếp, ví dụ như tình trạng vô gia cư hay nghiện ngập. Người ta thường cho rằng những người rơi vào hoàn cảnh đó là những kẻ đáng bị như vậy. Từ khóa ở đây là *đáng*. Đây không phải việc quan sát và kết luận một cách logic rằng những lựa chọn sai lầm dẫn tới kết quả tồi tệ. Lối ngụy biện này giúp bạn dựng nên cảm giác an toàn giả tạo. Bởi vì bạn muốn có được cảm giác toàn quyền trong cuộc sống của bản thân, bạn cho rằng chỉ cần tránh không làm những điều xấu là bạn sẽ không gặp rủi. Bạn cảm thấy an toàn hơn khi tin rằng chỉ những người có hành vi xấu mới trở thành người vô gia cư, có thai, nghiện ngập hay là bị hiếp dâm.

Trong một nghiên cứu vào năm 1966 bởi Melvin Lerner và Carolyn Simmons, 72 người phụ nữ đã được cho xem một phụ nữ khác giải những câu đố và cô ấy bị giật điện mỗi khi làm sai. Thực ra thì cô ấy là một diễn viên và chỉ giả vờ bị giật, tuy nhiên những người quan sát không hề biết điều này. Khi được hỏi đánh giá của họ về người phụ nữ trong thí nghiệm,

nhiều người quan sát đã hạ thấp giá trị của cô. Họ nói xấu về nhân cách cũng như ngoại hình của cô ấy, và cho rằng cô ấy bị như vậy là xứng đáng.

Lerner đã từng dạy một lớp học về xã hội học và y dược, ông nhận thấy nhiều sinh viên có quan điểm rằng những người nghèo là những kẻ lười biếng chỉ mong muốn nhận trợ cấp. Ông bèn tiến hành một thí nghiệm cụ thể, trong đó ông cho hai người đàn ông giải những câu đố trí tuệ. Sau khi hoàn thành, ông chọn ngẫu nhiên một trong hai người để thưởng một số tiền lớn. Mặc dù việc lựa chọn ngẫu nhiên này đã được thông báo trước cho những người quan sát nhưng khi được hỏi về nhận định của mình về hai người tham gia, phần lớn mọi người đều cho rằng người được thưởng là người thông minh hơn, có tài năng hơn, làm việc hiệu quả hơn và giải đố giỏi hơn. Một loạt những nghiên cứu về vấn đề này đã được tiến hành sau thí nghiệm của Lerner, và hầu hết đều có chung một kết luận: Bạn cố gắng giả vờ như thế giới luôn công bằng bởi vì đó là khát vọng của chính bạn.

Nguyên nhân về thế giới công bằng có lẽ đã được lập trình sẵn trong tâm trí mỗi người. Không cần biết bạn theo phe tự do hay bảo thủ, kiểu gì lối nguyên nhân này cũng sẽ xuất hiện ít nhiều trong những phản ứng cảm xúc khi bạn nghe về nỗi đau khổ của người khác. Trong một công trình nghiên cứu xuất bản năm 2010 bởi Robert Thømberg và Sven Knutsen từ Đại học Linköping tại Thụy Điển, các nhà nghiên cứu đã hỏi thiếu niên về nguyên nhân của tình trạng bắt nạt học đường. Trong khi phần lớn cho rằng bắt nạt là hành vi của những kẻ khao khát quyền lực và độc ác, cũng có tới 42% cho rằng một phần lỗi nằm ở việc nạn nhân là những đối tượng dễ bị bắt nạt. Hãy tự hỏi bản thân mình xem, khi thấy một vụ bắt nạt tại trường học, bạn có từng cho rằng nạn nhân cần phải đứng lên tự đấu tranh bảo vệ mình? Bạn có nghĩ rằng những học sinh đang bị bắt nạt và trêu chọc phải học lại cách ăn mặc, học cách hành xử một cách tự tin và tìm cách giấu bản chất một cách của họ đi? Trong những bộ phim nói về tình trạng bắt nạt tại

trường học, nhân vật chính luôn phải tự tìm cách đứng lên bảo vệ mình và chống lại lũ bạn xấu. Những tên chuyên bắt nạt sẽ chỉ phải trả giá khi nạn nhân phải nhận trách nhiệm. Nghiên cứu này cho thấy rằng cho dù bạn nhận thức được những kẻ bắt nạt là xấu xa, nhưng bạn cũng chấp nhận rằng thực trạng này là điều không thể thay đổi được. Thế giới đầy rẫy những kẻ xấu, và nạn nhân thì phải tự tìm cách mà thoát ra khỏi nỗi đau khổ của mình. Cũng trong nghiên cứu đó, có 21% số học sinh được hỏi tự trách bản thân mình – những người quan sát. Một số ít khác cho rằng đó là bản chất của xã hội và con người. Thế giới, dưới góc nhìn của những người này, là luôn công bằng, và chỉ có những người liên đới trong sự việc – nạn nhân và kẻ thủ ác – là những người phải chịu trách nhiệm về những điều xấu xảy ra.

Chắc chắn bạn đã nghe câu “gieo nhân nào gặt quả nấy”, hoặc là bạn đã thấy một người làm điều xấu phải nhận kết quả xứng đáng và nghĩ thầm “Nhân quả cả đấy!” Tất cả những điều này đều mang bóng dáng của nguy hiểm về thế giới công bằng. Sẽ rất đau đớn khi phải nghĩ rằng cuộc đời là bất công. Ý niệm về một thế giới với những điều chính đáng ở một bên cán cân và những thứ xấu xa ở bên còn lại có vẻ rất hợp lý. Bạn muốn tin rằng những người chăm chỉ và chịu khó sẽ thành công, còn những kẻ lười biếng và gian dối sẽ thất bại. Tuy nhiên, điều này lại không phải lúc nào cũng đúng. Thành công chịu tác động rất lớn từ những yếu tố như bạn sinh vào thời kỳ nào, lớn lên ở đâu, hoàn cảnh gia đình của bạn và cả vận may rủi nữa. Dù có chăm chỉ và cố gắng tới đâu đi chăng nữa thì bạn cũng không thể thay đổi được những yếu tố ban đầu đó. Nhưng chấp nhận điều này cũng không có nghĩa là những người sinh ra từ những gia đình nghèo khó nên bỏ cuộc. Bởi vì rốt cuộc thì “Có khó mới có miếng ăn. Ngồi không ai dễ mang phần tới cho.” Trong một thế giới thực sự công bằng, đây sẽ là quy luật duy nhất cho dù xuất phát điểm của bạn có ra sao đi nữa. Tuy nhiên thế giới thực thì phức tạp hơn vậy nhiều. Nhiều người đã và vẫn đang thoát

nghèo một cách thành công, tuy nhiên điều đó cũng không có nghĩa là những người chưa làm được không cố gắng hết sức. Nếu bạn nhìn những người nghèo khổ và không hiểu nổi tại sao họ không thể tự đưa mình thoát khỏi hoàn cảnh khó khăn đó và tìm được một công việc tốt như mình, bạn đang lập luận theo lối nguy hiểm về thế giới công bằng. Bạn đang bỏ qua những may mắn đã nhận được dù có lẽ bạn cũng không thực sự xứng đáng.

Thật khó chịu khi bọn lừa đảo, gian lận có thể thành công và thu lợi trong một thế giới mà lính cứu hỏa và cảnh sát chân chính làm việc cật lực cả ngày với đồng lương ít ỏi. Sâu thẳm trong tâm, bạn mong ước rằng sự chăm chỉ và lối sống có đạo đức sẽ dẫn tới thành công, còn sự ranh ma và lọc lõi xấu xa sẽ kết thúc trong thảm bại. Bạn cứ thế thay đổi những suy nghĩ và quan điểm của bản thân cho phù hợp với mong muốn đó. Tuy nhiên, trong thực tế thì những kẻ xấu xa lại thường hưởng lợi mà không phải trả giá gì nhiều.

Nhà tâm lý học Jonathan Haidt cho hay những người dù tự nhận là không tin vào luật nhân quả, sâu thẳm trong tâm trí, vẫn tin vào nó ở một mức độ nào đó, và gọi nó với cái tên khác phù hợp với văn hóa của họ. Họ quan niệm rằng những hệ thống phúc lợi xã hội và những chính sách hỗ trợ phá vỡ trật tự của thế giới tự nhiên. Theo lời họ thì những kẻ lười biếng sẽ nhận được sự trừng phạt thích đáng, chỉ cần chính phủ không nhúng tay vào. Những kẻ gieo gió ắt phải gặp bão, nhưng những tác động phi tự nhiên đã ngăn cản điều đó. Trong khi đó, bởi vì những người này làm theo đúng luật, nộp thuế đầy đủ, bỏ thời gian ra để làm ngoài giờ, họ cho rằng phải có lý do cho những nỗ lực này. Việc theo đuổi cuộc sống tốt đẹp của họ không thể là vô nghĩa. Trong quan điểm của họ thì những người giàu chắc chắn đã làm gì đó xứng đáng với những thứ họ đang hưởng. Và họ tin rằng một ngày nào đó, nhờ thành quả từ những việc tốt đã làm, họ sẽ được đưa lên một tầm cao mới trên nấc thang xã hội, gia nhập với tầng lớp những người

có cuộc sống mà họ xứng đáng được hưởng. Ngay biện này cho họ niềm tin rằng sự công bằng nằm sẵn trong hệ thống, và vì vậy họ trở nên giận dữ khi mà chính hệ thống này lại can thiệp vào và gây xáo động luật nhân quả.

Tại sao chúng ta lại thường suy nghĩ theo cách này?

Các nhà tâm lý học vẫn chưa tìm được lời giải thỏa đáng. Một số cho rằng chúng ta có nhu cầu tiên lượng được kết quả từ hành vi của bản thân, hoặc là cảm thấy an toàn với những quyết định trong quá khứ. Nhiều nghiên cứu nữa sẽ cần được tiến hành. Nhưng có một điều chắc chắn là bạn muốn được sống trong một thế giới mà những người chính trực sẽ đưa những kẻ xấu ra xét xử công bằng, nhưng đó lại không phải là thế giới thực tế.

Mặc dù vậy, đừng để những điều này làm bạn nhụt chí. Bạn có thể chấp nhận rằng cuộc đời rất bất công, nhưng đồng thời vẫn có thể tận hưởng nó. Bạn không có quyền kiểm soát hoàn toàn cuộc sống của mình, tuy nhiên phần mà bạn có thể điều khiển được thì cũng không phải là nhỏ. Hãy làm hết sức mình trong phạm vi đó. Chỉ cần bạn luôn nhớ về bản chất bất công của thế giới và sự ngẫu nhiên của những đặc quyền mà bạn được hưởng từ khi sinh ra. Không phải ai chịu cơ cực cũng là kẻ xấu và không phải ai sống trong nhung lụa cũng là thánh nhân. Nếu bạn cứ tiếp tục cho rằng thế giới này là công bằng và đúng đắn thì những người gặp khó khăn có thể sẽ chẳng bao giờ được giúp đỡ. Hãy nhớ rằng mặc dù chúng ta phải chịu trách nhiệm cho mọi hành vi của bản thân, sự trừng phạt phải luôn dành cho kẻ thù ác chứ không phải là nạn nhân. Không ai trên đời này xứng đáng bị hiếp dâm, bị bắt nạt, bị cướp hay bị giết cả. Để tạo nên một thế giới công bằng hơn, bạn sẽ phải tìm cách ngăn tội ác sinh sôi, chứ không phải là tìm cách làm giảm đi số nạn nhân tiềm năng.



# TRÒ CHƠI LỢI ÍCH CHUNG

## BẠN VẪN TƯỞNG

Chúng ta có thể xây dựng một hệ thống xã hội không cần có sự quản lý, một nơi mà mọi người đều đóng góp vào lợi ích chung, đều được hưởng lợi và đều hạnh phúc.

## SỰ THẬT LÀ

Nếu không có một hình thức quản lý nhất định thì những người lười biếng và những kẻ lừa đảo sẽ nhanh chóng phá hoại nền kinh tế, bởi vì không ai muốn cảm thấy mình là một thằng khờ cả.

Trước khi tìm hiểu về **trò chơi lợi ích chung** (*the public goods game*), bạn cần phải nắm được về **bi kịch của tài nguyên chung** (*the tragedy of the commons*<sup>Ⓢ</sup>). Đây là khái niệm xuất phát từ một bài tiểu luận xuất bản vào năm 1968 của nhà địa chất học Garrett Hardin bàn về việc chúng ta không thực sự biết cách chia sẻ.

Hãy tưởng tượng có một hồ nước rộng lớn với rất nhiều cá. Chỉ có bạn và ba người khác biết về sự tồn tại của hồ nước này. Cả bốn người cùng thống nhất là sẽ chỉ câu vừa đủ số lượng cá mỗi ngày để phục vụ nhu cầu của bản thân. Chỉ cần mọi người làm theo điều này thì hồ nước sẽ luôn có đầy cá.

Một ngày nọ, bạn chợt nhận ra một trong số những người còn lại đã câu nhiều cá hơn số mà anh ta cần và đem bán phần còn thừa tại một thị trấn gần đó. Dần dà anh ta tích cóp và mua được một chiếc cần câu tốt hơn của bạn nhiều.

Vậy bạn sẽ làm gì?

Nếu bạn cũng bắt đầu làm như anh ta thì sẽ sớm có đủ tiền mua cần câu mới, hay thậm chí tậu được một chiếc thuyền con. Hay là bạn cũng có thể nói với hai người còn lại để liên kết chống lại kẻ gian lận. Hoặc cả bốn người cùng phá vỡ giao ước và bắt đầu bắt cá một cách vô tội vạ. Bạn cũng có thể công bố cho bản dân thiên hạ biết về hồ nước này. Tất cả những giải pháp trên có lẽ đều dẫn tới viễn cảnh đen tối cho tài nguyên chung là hồ cá. Tuy nhiên nếu bạn không hành động gì, mặc dù hồ nước sẽ vẫn tiếp tục tồn tại và cung cấp đủ cá cho bạn và hai người còn lại, nhưng kẻ gian lận sẽ chiến thắng. Không ai có thể chống lại cảm giác tức giận trước một tình huống bất công.

Trong một tình huống như với hồ nước tưởng tượng nói trên, những người tham gia cùng thua cuộc bởi tất cả bọn họ đều nỗ lực để không bị tụt lại. Một bữa tiệc buffet lớn sẽ trở thành một trò chơi với tổng bằng không<sup>⊙</sup> khi ai cũng cố gắng xúc cho đầy đĩa của mình, nhưng nếu mọi người chỉ lấy vừa đủ cho nhu cầu của bản thân thì tất cả đều sẽ được hưởng lợi. Bi kịch của tài nguyên chung là nó sẽ bị cạn kiệt nhanh chóng chỉ bởi một đốm lửa nhỏ của lòng tham. Chỉ cần sai lầm từ một trong những người khai thác là đủ để phá vỡ cả bộ máy. Lòng tham là một thứ có tính lây truyền rất cao.

Vậy còn đối với lợi ích chung, một thứ mà mọi người đều phải đóng góp vào thay vì lấy ra thì sao? Có vẻ cũng như vậy thôi. Những kẻ gian lận cũng vẫn sẽ phá hỏng mọi thứ, không phải bởi bản thân hành vi gian dối, mà bằng tính lây truyền của lòng tham khi những người khác nhận ra nó. Rất đáng tiếc là những nghiên cứu về hành vi con người đã cho thấy bạn chẳng hề thông minh chút nào khi tham gia đóng góp vào lợi ích chung.

Trò chơi lợi ích chung sẽ diễn ra như sau:

Một nhóm người ngồi quanh chiếc bàn và được phát cho vài đô-la, sau đó được phổ biến là họ sẽ phải trích từ số tiền vừa được phát một khoản bất kỳ để đóng góp vào quỹ chung. Người thực hiện thí nghiệm sau đó sẽ nhân đôi số tiền trong quỹ và rồi chia đều cho tất cả những người tham gia.

Nếu có 10 người chơi, mỗi người có 2 đô-la lúc đầu và họ đều đặt hết vào quỹ thì tổng số tiền góp được sẽ là 20 đô-la. Nó sẽ được nhân đôi lên thành 40 đô-la và chia 10. Vậy là mỗi người sẽ thu được 4 đô-la, gấp đôi lúc đầu. Trò chơi cứ tiếp tục lặp lại theo lượt như vậy. Lúc này bạn sẽ nghĩ rằng những người chơi sẽ luôn góp hết số tiền mình có vào quỹ trong mỗi lượt chơi phải không? Nhưng thực tế không như vậy. Dần dần sẽ có một người trong nhóm nắm được trò chơi và nhận ra rằng nếu họ đóng góp rất ít, thậm chí là không góp chút nào thì sẽ thu lợi nhiều hơn những người khác.

Nếu tất cả mọi người đều góp 2 đô-la trừ bạn, quỹ sẽ thu được 18 đô-la. Số này được nhân lên thành 36 đô-la và chia đều cho mỗi người chơi là 3,6 đô-la – kể cả bạn, kẻ không đóng góp chút gì.

Trong thí nghiệm này, việc đóng góp là công khai, quỹ chung thường được đóng góp đầy đủ trong khoảng mấy lượt đầu. Sau đó nó sẽ eo hẹp dần vì một số người thử đóng góp ít hơn một chút. Hành vi này sẽ nhanh chóng lan rộng bởi không ai muốn bị thiệt cả. Và cuối cùng thì *nền kinh tế* sẽ dừng phát triển. Nếu những người chơi được phép nghĩ ra hình phạt cho kẻ gian lận, hành vi này sẽ bị ngăn chặn và tất cả đều thắng cuộc. Nhưng nếu thay hình phạt bằng phần thưởng cho người chơi gương mẫu, *nền kinh tế* sẽ lại tiếp tục bị phá vỡ chỉ sau vài lượt chơi.

Điều khó hiểu ở trò chơi này là sự phi logic trong việc dừng đóng góp cho quỹ chung chỉ bởi vì có một kẻ đang ăn gian. Nếu tất cả những người khác vẫn kiên định và đóng góp hết những gì họ có như ban đầu thì họ vẫn sẽ hưởng lợi. Nhưng phần não cảm xúc đã kích hoạt khi thấy sự gian lận.

Đây là một phản ứng tự nhiên vốn đã phục vụ tổ tiên của bạn rất hữu dụng. Sâu thẳm trong tâm trí, bạn biết những kẻ gian dối cần phải bị trừng trị, bởi chỉ cần có một người như vậy thôi là đã có thể phá hỏng toàn bộ hệ thống. Bạn thà thua cả trò chơi còn hơn là giúp đỡ một người vốn không giúp đỡ gì bạn.

Trò chơi này thường được sử dụng để minh chứng cho sự cần thiết của những quy tắc trong việc duy trì những cơ cấu phi lợi nhuận chung. Sẽ chẳng có đèn trên những con đường tối và cầu cống sẽ mau chóng hư hỏng nếu người dân không bị ép phải đóng thuế. Một sinh vật thuần lý trí sẽ nhận ra rằng cuộc sống không phải là một trò chơi với tổng bằng không, nhưng bạn thì lại không phải là một sinh vật thuần lý trí. Bạn sẽ tìm cách để ăn gian khi nghĩ rằng chính hệ thống đang lừa dối bạn.

Lòng thôi thúc muốn giúp đỡ người khác và ngăn chặn việc gian lận là thứ đã giúp cho những động vật linh trưởng bậc cao như bạn sống sót trong những quần thể nhỏ qua hàng triệu năm. Tuy nhiên khi hệ thống phát triển, trở nên khổng lồ và trừu tượng hơn, ví dụ như ngân khố quốc gia hay quỹ an sinh cho một tỉnh thì việc nắm bắt chúng thông qua những hành vi tiến hóa từ xa xưa trở nên vô cùng khó khăn.

Bi kịch của tài nguyên chung cũng lý giải cho những việc liên quan đến quyền tư hữu. Bạn được khuyến khích chú ý tới trách nhiệm của mình với xã hội. Nhưng khi nhắc tới những vấn đề chung như môi trường chẳng hạn, bạn vẫn có thể nghĩ rằng sẽ không có mấy ai mua xe tiết kiệm nhiên liệu và thực hiện việc tái chế đồ nhựa cả, vậy tại sao bạn lại phải làm?

Trò chơi lợi ích chung cũng cho thấy rằng việc có những quy tắc và hình phạt sẽ dễ dàng hạn chế những hành vi gian lận có hại.

Không phải là bạn không muốn đóng góp vào lợi ích chung, chỉ là bạn không muốn giúp một kẻ gian lận tiếp tục thu lợi, hay phải bỏ nhiều công

sức hơn một kẻ lười biếng mà thôi – kể cả khi việc đó sẽ dẫn tới sự sụp đổ lợi ích cho bạn và tất cả những người khác.

# TRÒ CHƠI TÔI HẬU THU

## BẠN VẤN TƯỜNG

Bạn chấp nhận hay từ chối một đề nghị dựa vào phân tích logic.

## SỰ THẬT LÀ

Trong một cuộc thỏa thuận, bạn sẽ đưa ra quyết định dựa vào địa vị của bản thân.

Tưởng tượng bạn vừa trúng xổ số 1 triệu đô-la. Tuy nhiên có một điều kiện đi kèm.

Đây là một thể loại xổ số mới mà theo luật bạn phải chia giải thưởng của mình cho một người lạ mặt. Bạn được phép chọn cách chia số tiền này, người còn lại sẽ có quyền chấp nhận hoặc từ chối đề nghị bạn đưa ra. Nếu họ từ chối thì cả hai sẽ chẳng nhận được gì cả. Bạn chỉ có một cơ hội để đưa ra đề nghị, và hai người sẽ không bao giờ gặp lại nhau nữa. Vậy bạn sẽ chia số tiền thưởng như thế nào?

Ngay lúc này, chính phần con người nhất trong bạn đã được kích hoạt. Thứ giúp chúng ta khác biệt với các loài động vật khác là khả năng tư duy lý luận xã hội phức tạp. Hàng triệu những biến số đang được tính toán, và bạn đang chạy một số lượng lớn những giả lập để tiên đoán tương lai trong chính bộ não mình. Bạn đang tưởng tượng xem đối phương sẽ hành động ra sao dựa vào trực giác và kinh nghiệm của bản thân.

Giờ bạn còn 10 giây để đưa ra quyết định.

Ôi không! Phải làm sao bây giờ?

Giải pháp logic nhất là đề nghị một số tiền nhỏ cho người lạ kia. 1000 đô-la chắc đủ rồi phải không? Rốt cuộc thì nếu họ từ chối, họ cũng sẽ chẳng nhận được gì mà. Không may cho bạn, con người không tiếp cận những vấn đề như thế này bằng logic thuần túy. Khi mà sự công bằng được đặt lên bàn cân, cảm xúc sẽ lên nắm quyền. Đâu đó sâu thẳm trong tâm trí, bạn đã tiên lượng trước được điều này, và giống như hầu hết những người khác, bạn sẽ đưa ra đề nghị gần với 50/50.

Khi thí nghiệm này được tiến hành với người thật tiền thật, hầu hết những đề nghị dưới 20% tổng số giải thưởng đều bị từ chối. Trong trường hợp với 1 triệu đô-la ở trên, mức tiền nhỏ nhất mà bạn cần phải chia cho người lạ kia là 200.000 đô-la – dù cho bạn mới thực sự là người trúng giải.

Đem bài toán này cho một chiếc máy tính thì nó sẽ chấp nhận bất cứ mức chia nào lớn hơn không. Đối với một trí não logic thuần túy như vậy thì cứ có là hơn không rồi. Nhưng khi đặt bài toán này ra với con người, bạn sẽ phải tính tới cả ba triệu năm tiến hóa nữa.

Khi còn ăn lông ở lỗ, chúng ta sống trong những quần thể nhỏ, thường là khoảng dưới 150 người. Việc hiểu rõ thứ hạng của mình trong nhóm là điều tối quan trọng. Sự sinh tồn phụ thuộc vào các mối quan hệ và vị trí của bạn trong nhóm. Đối với con người, uy tín và địa vị quan trọng hơn tiền bạc. Những người có nhiều tiền thường đạt được địa vị cao trong xã hội, nhưng đến ngày tận thế – lúc Trái Đất bị lũ thủy ma bủa vây – thì tiền cũng sẽ chỉ là giấy mà thôi. Lúc đó thì địa vị của bạn sẽ được xác định bằng những yếu tố khác.

Quay lại với trường hợp trúng xổ số, những người lạ sẽ coi số tiền bạn đề nghị là đánh giá của bạn về địa vị của họ trong xã hội. Nếu chấp nhận mức chia dưới 20%, họ sẽ cảm thấy thua kém và không được tôn trọng. Địa

vị của họ sẽ bị coi thường dưới mắt người khác. Không cần biết tổng số tiền là bao nhiêu, trong thí nghiệm với người thật thì mọi đề nghị chia chác dưới 20% gần như đảm bảo rằng cả hai bên đều sẽ chẳng nhận được gì. Bạn biết được điều này thông qua trực giác, và hầu hết những người tham gia đều đề nghị chia khoảng một nửa tổng số tiền thưởng. Việc biết rằng đối phương có thể trả đũa khi bạn không công bằng sẽ khuyến khích bạn thực hiện những hành động mang tính vị tha hơn, thứ đã cho phép tổ tiên của chúng ta xây dựng nên những nền văn minh.

Hiệu ứng này sẽ còn mạnh hơn nếu người đưa ra quyết định cuối cùng trong cuộc thương lượng có lượng serotonin<sup>Ⓢ</sup> thấp. Nếu người đó cảm thấy buồn chán và không được ai cần tới, họ sẽ yêu cầu một khoản chia chác lớn hơn. Tình trạng này vốn đã khiến họ có cảm giác ở địa vị thấp, và vì vậy họ khó có thể chấp nhận việc bị hạ thấp hơn nữa khi chấp nhận một lời đề nghị bất công.

Khi những người làm thí nghiệm thay đổi luật lệ và cho phép người thắng giải được giữ khoản tiền của mình bất kể ý kiến của người còn lại là gì, hầu hết mọi người đều thay đổi thái độ hoàn toàn, và đưa ra khoản chia chỉ còn khoảng 10%.

Những tình huống tương tự luôn xảy ra trong đời thực. Bạn quyết định thời điểm để xin tăng lương, hoặc là để mở lời tán tỉnh trong một quán bar, hoặc là để bước lên sân khấu và hát đều dựa vào địa vị của bản thân trong nhóm. Nếu bạn cảm thấy vị trí của mình vốn đã thấp, bạn sẽ không mạo hiểm khiến nó bị đẩy xuống thấp hơn nữa. Nếu bạn cảm thấy tự tin về địa vị của mình, bạn sẽ mong chờ những đối đãi tốt hơn từ những người xung quanh.

Nguy cơ bị trả đũa là một cách khiến loài người đảm bảo sự công bằng sẽ diễn ra, và bạn được lập trình để trông đợi điều này. Cách bạn nhìn nhận



địa vị của bản thân trong xã hội là một phần của công thức tính toán ngầm trong tiềm thức khi bạn chấp nhận, từ chối hay đưa ra đề nghị với những người khác. Bạn không thực sự thông minh đâu, bạn sẵn sàng chấp nhận việc hy sinh lợi ích hiển nhiên, miễn là điều đó đảm bảo cho sự công bằng trong tương lai và một vị trí an toàn hơn trên những nấc thang xã hội.

## SỰ XÁC NHẬN CHỦ QUAN

### BẠN VẤN TƯỞNG

Bạn thường nghi ngờ những nhận định chung chung.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn có xu hướng tin vào những nhận định và tiên đoán chung chung, đặc biệt là nếu nó mang màu sắc tích cực và hướng tới bạn.

Dựa vào cơ sở dữ liệu mà tôi đã thu thập được thông qua bình luận, email và những thông tin có nhiều người đọc từ trang blog *Bạn Không Thông Minh Lắm Đâu*, đem ra so sánh chéo với những thông tin nhân khẩu học được chuẩn bị cho việc marketing cuốn sách này, tôi đã nắm khá rõ về con người bạn.

Đây là nhận định của tôi:

Bạn có nhu cầu được những người xung quanh yêu quý và ngưỡng mộ, tuy nhiên, đối với bản thân thì bạn lại khá nghiêm khắc và hay tự trách mình. Mặc dù vẫn còn có một số yếu điểm trong tính cách, bạn vẫn thường bù đắp và che giấu được chúng một cách hiệu quả. Bạn có tiềm năng lớn ẩn sâu mà vẫn chưa được hiện thực hóa. Bên ngoài, bạn là một người có kỷ luật và biết tự chủ, tuy nhiên ở trong tâm trí thì bạn có xu hướng hay lo lắng và cảm thấy bất an. Có nhiều lúc bạn nghi ngờ không biết mình đã đưa ra quyết định đúng đắn hay chưa. Bạn cũng thích có những sự thay đổi nhất định, ghét bị kiểm soát và các giới hạn. Bạn tự hào vì có

lối suy nghĩ độc lập, và bạn không dễ dàng chấp nhận ý kiến của người khác nếu không có đủ những luận chứng thuyết phục. Tuy nhiên bạn cũng thấy việc quá cởi mở với người khác là không nên. Có những thời điểm bạn là con người hướng ngoại, hòa đồng và dễ nói chuyện, nhưng cũng có những lúc bạn theo trường phái hướng nội, thận trọng và kín đáo. Bạn cũng có một số khát vọng không thực tế.

Những điều trên có chính xác không? Bạn có thấy mình vậy không?

Chắc chắn là có. Bởi vì đoạn trên có thể dùng để miêu tả bất kỳ ai.

Đoạn nhận xét trên nằm trong một thí nghiệm năm 1948 của Bertram R. Forer. Ông đã cho sinh viên của mình làm bài kiểm tra tính cách và nói rằng từng người sẽ được đánh giá riêng rẽ. Tuy nhiên, sau đó, ông lại đưa cho tất cả những người tham gia kết quả phân tích trên.

Tiếp theo, Forer yêu cầu sinh viên của mình đánh giá xem độ chính xác của kết quả dựa trên cảm quan cá nhân của họ. Trung bình, những sinh viên tham gia thí nghiệm đã đánh giá nhận định chung chung vớ vẩn trên là chính xác tới 85% – cứ như thể là họ đã thực sự nhận được một kết quả kiểm tra tính cách riêng cho bản thân mình. Thực chất đoạn văn trên là do Forer ngẫu nhiên chọn từ những nhận định trong sách tử vi.

Hiệu ứng Forer là xu hướng tin vào những phát biểu chung chung có thể áp dụng cho bất kỳ ai. Hiện tượng này được các nhà tâm lý học sử dụng để giải thích cho việc tại sao nhiều người lại dễ dàng mắc lừa những bộ môn ngụy khoa học<sup>⊙</sup> như nhíp sinh học, mống mắt học, tướng số học, hay những bộ môn thần bí như chiêm tinh học, tướng số học, bói bài tarot, v.v. Hiệu ứng Forer là một phần của một hiện tượng lớn hơn mà các nhà tâm lý học gọi chung là **sự xác nhận chủ quan** (*subjective validation*), hay nói

đơn giản là việc bạn trở nên cả tin hơn nhiều khi chủ đề của cuộc nói chuyện là về chính bạn.

Bởi vì bạn luôn suy nghĩ không ngừng, nên việc những suy nghĩ về bản chất con người bạn chiếm dụng rất nhiều tài nguyên của tâm trí. Ngoài một số khác biệt nhỏ trong văn hóa, hầu hết mọi người đều muốn mình là một cá thể khác biệt, độc nhất và đặc biệt với những hy vọng, những ước mơ, những nỗi sợ và những nghi ngờ của riêng mình. Chỉ cần có khả năng, bạn sẽ cá nhân hóa mọi thứ trong cuộc sống, từ biển số xe<sup>☺</sup>, chuông điện thoại, cho tới hình nền máy tính hay bức tường phòng ngủ.

Mọi thứ quanh bạn đều thể hiện điều gì đó về tính cách của bạn. Được nhào nặn hay tự tu dưỡng bản thân thành một cá nhân độc đáo là điều bạn luôn coi trọng. Tuy vậy, ở đâu đó giữa những đặc tính tự nhiên và những thứ được nuôi dưỡng, chúng ta giống nhau nhiều hơn bạn tưởng, về mặt di truyền học mà nói, bạn và tất cả những người xung quanh giống nhau gần như hoàn toàn. Chính bộ gen này của loài người đã tạo nên bộ não đang sản xuất ra những suy nghĩ trong đầu bạn ngay lúc này. Vậy mới nói là trên quan điểm di truyền học thì cuộc sống tâm lý của bạn cũng giống như với tất cả mọi người khác. Nhưng về mặt văn hóa thì chúng ta lại khác nhau. Những sự kiện và kinh nghiệm thu được từ môi trường ngoại vi luôn thay đổi đã nhào nặn lên con người chúng ta. Tuy nhiên, trong sâu thẳm thì chúng ta vẫn có cùng chung một gốc, và việc không nhận thức được điều này rất dễ bị lợi dụng.

Khi bạn cho rằng một phát biểu chung chung đang miêu tả bạn một cách trực tiếp, bạn sẽ bỏ qua những thông tin nhập nhằng mà chỉ tập trung vào việc khớp nó với các đặc điểm của bản thân. Bạn sẽ nghĩ lại về tất cả những khoảng thời gian đã bỏ ra để tự tìm hiểu về chính mình, phân tách

những phẩm chất làm bạn khác biệt so với những người khác, và áp dụng suy luận đó vào việc khớp nối trên.

Đây là một trích đoạn thực lấy từ trang [horoscopes.com](http://horoscopes.com):

“Vào một thời điểm nào đó trong ngày, bạn sẽ có cảm giác rằng bản thân chưa lao động đủ chăm chỉ để xúc tiến công việc, và bạn sẽ cảm thấy một chút hoang mang. Đây có thể là một động lực tích cực, nhưng bạn cũng không nhất thiết phải tự ép mình cố gắng quá mức. Bạn đang có đà tiến tới và mọi thứ sẽ tiếp diễn. Hãy cứ thông thả thôi.”

Đây là một đoạn nữa cũng từ trang đó, nhưng là dành cho một cung khác:

“Đừng quá nghiêm khắc với bản thân nếu bạn cảm thấy mệt mỏi vào cuối ngày. Bạn sẽ có thời gian để nạp năng lượng và phục hồi trước ngày mai. Buổi tối, hãy đọc một cuốn sách để thư giãn tại nhà.”

Khi nhìn trực diện, bạn sẽ thấy rằng tử vi tướng số miêu tả những thứ mà chúng ta đều trải nghiệm. Nhặt ra một thông tin trong đám đó, xoay chuyển nó một chút và bạn sẽ thấy nó khớp với mọi chi tiết trong đời sống của bản thân. Nếu bạn tin rằng bạn thuộc một cung hoàng đạo và quỹ đạo di chuyển của các hành tinh có khả năng tác động vào tương lai của bạn thì một nhận định chung chung hoàn toàn có thể trở thành một nhận định chi tiết cho cá nhân.

Chính lối suy nghĩ và hy vọng này là thứ mang lại quyền năng cho sự xác nhận chủ quan. Nếu bạn muốn tin rằng những nhà thần giao cách cảm là có thực, hay là những hòn đá thiêng có thể dự đoán được những điều chưa xảy ra, bạn sẽ tìm được cách để tin vào những điều này, ngay cả khi

tính xác thực của chúng bị lung lay. Khi bạn mong mỗi một điều gì đó là hiện thực, bạn sẽ tìm kiếm những khuôn mẫu, bạn sẽ kết nối những luận điểm như là nối sao trên trời để tạo thành chòm sao. Bộ não của bạn ghét sự hỗn loạn. Bạn nhìn thấy mặt người trên những đám mây hoặc là quỷ dữ trong đám lửa. Những kẻ tự nhận có khả năng bói toán siêu nhiên lợi dụng những thiên hướng tự nhiên này của con người. Bọn họ biết rằng có thể dựa vào sự xác nhận chủ quan của bạn ngay lúc đó và thiên kiến xác nhận sau này.

Nhà tâm lý học Ray Hyman đã bỏ gần như cả đời mình để nghiên cứu về nghệ thuật lừa đảo. Trước khi bước vào sảnh đường của khoa học, ông đã hành nghề diễn ảo thuật, sau đó trở thành một tâm thần luận gia sau khi nhận ra rằng có thể kiếm được nhiều tiền từ việc đọc chỉ tay hơn biểu diễn thủ thuật với những lá bài. Điều kỳ lạ trong sự nghiệp đọc chỉ tay của Hyman là giống như nhiều ông bà đồng khác, dần dần ông cũng bắt đầu tin rằng mình thực sự có khả năng ngoại cảm. Những người tới tìm ông để xin lời khuyên đều ra về rất ngạc nhiên và thỏa mãn. Điều đó đã khiến ông nảy sinh suy nghĩ rằng khả năng ngoại cảm của mình có khi là thật. Sự xác nhận chủ quan thực sự là một con dao hai lưỡi.

Hyman đã sử dụng một kỹ thuật được gọi là **đọc nguội** (*cold reading*). Với kỹ thuật này, bạn sẽ bắt đầu với một thấu kính góc rộng gồm những thứ vô cùng chung chung, sau đó bằng cách quan sát và đọc vị những phản ứng của đối phương, bạn thu hẹp và tập trung vào những điểm có thể trở thành mẫu chốt, như thể là bạn đã nhìn thấu tâm can của họ vậy. Kỹ thuật này có thể thành công là bởi vì người ta thường bỏ qua những sai lầm nhỏ và tập trung vào những chi tiết trùng tim đen của mình. Trong thời gian học đại học, một nhà tâm thần luận khác là Stanley Jaks đã cứu Hyman khỏi ảo tưởng của bản thân bằng cách khuyên ông thử một điều mới lạ – nói với khách hàng điều ngược lại với điều mà ông tin là đọc được từ chỉ tay của

họ. Kết quả? Tất cả các khách hàng đều vẫn thán phục và ca ngợi khả năng của ông, thậm chí là còn ở mức độ cao hơn. Đọc nguội là một kỹ thuật có tác dụng mạnh, nhưng vớt nó sang một bên rồi mà ông vẫn có thể khiến khách hàng của mình phải kinh ngạc. Lúc này Hyman đã nhận ra rằng điều mà ông nói thực chất không có ý nghĩa gì, miễn sao màn trình diễn của ông phải thuyết phục. Bản thân đối phương sẽ làm mọi việc còn lại; họ tự đánh lừa mình và coi những thứ chung chung như thể là dành cho riêng họ, cũng giống như trong hiện tượng Forer vậy.

Những ông bà đồng và dân xem bói, những kẻ gọi hồn hay là đoán trước tương lai đều dựa vào sự xác nhận chủ quan để kiếm sống. Hãy nhớ rằng khả năng đánh lừa chính mình của bạn còn lớn hơn khả năng lừa đảo của bất kỳ thầy pháp nào, và thầy pháp thì có thể đội nhiều lốt khác nhau. Bạn là một sinh vật sống bằng những niềm hy vọng. Trong nỗ lực để tìm hiểu về thế giới xung quanh, bạn tập trung vào những thứ dường như rơi vào đúng chỗ của nó và bỏ qua tất cả đám lộn xộn còn lại. Nhưng thực ra thì trong cuộc sống, sự hỗn độn mới chiếm đa số.

Lần tới bạn thấy một bài tử vi, hãy đọc hết tất cả các dự đoán của các cung. Và khi một ai đó khẳng định rằng họ có thể nhìn thấu tâm can bạn, hãy hiểu rằng trong sâu thẳm thì trái tim của mỗi chúng ta đều như nhau cả thôi.

## SỰ TRUYỀN BÁ CỦA CÁC GIÁO PHÁI

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn đủ thông minh để không tham gia vào một giáo phái nào.

### SỰ THẬT LÀ

Các giáo phái bao gồm toàn những người như bạn.

---

Giáo phái là tác dụng phụ của những xu hướng tự nhiên của con người. Bạn luôn có một khao khát bẩm sinh là được thuộc về một nhóm nào đó và giao du với những con người thú vị. Nếu bạn thần tượng một ai đó mà bản thân bạn chưa bao giờ gặp, ví dụ như một ca sĩ chẳng hạn, thì nghĩa là bạn đã có trong mình mầm mống của hiện tượng mang tên là giáo phái rồi.

Từ *giáo phái* vốn rất khó để định nghĩa, bởi nếu nhìn một cách chung chung thì có rất nhiều tổ chức, thể chế và tôn giáo đều có thể được coi là giáo phái. Ranh giới giữa hội nhóm và giáo phái rất mờ nhạt. Chính sự không rõ ràng này khiến cho bạn dễ bị rơi vào một giáo phái hơn là bạn tưởng.

Những nghiên cứu cho thấy bạn thường không gia nhập một giáo phái vì lý do cụ thể nào cả; bạn chỉ đơn giản là trở thành một phần của nó như trở thành một phần của bất kỳ nhóm xã hội nào vậy. Bởi nói cho cùng thì bạn cũng đâu thể xác định được rõ ràng là bạn gia nhập vào những nhóm



bạn của mình khi nào, phải không? Nhóm những người bạn thân của bạn có lẽ đã thay đổi đáng kể sau nhiều năm, nhưng liệu rằng ngoài việc tránh mặt một số đối tượng gây khó chịu thì bạn đã bao giờ chủ động đưa ra quyết định là sẽ chơi với ai chưa?

Thành viên của những giáo phái không nhất thiết phải là những người luôn cảm thấy bất an hay yếu đuối về mặt tâm lý. Bạn luôn muốn nghĩ rằng mình không phải là dạng người có thể dễ dàng bị lừa gạt bởi một nhân vật đầy lôi cuốn với tầm nhìn rõ ràng – nhưng bạn không thông minh lắm đâu. Theo nhận định của nhà tâm lý học David Myers, trung tâm của các giáo phái là những cá nhân sáng láng và thú vị, ví dụ như Jim Jones, David Koresh, L. Ron Hubbard, Charles Manson<sup>©</sup>. Tuy nhiên những người tham gia thường không đi theo người lãnh đạo. Họ tin vào những lý tưởng mà người lãnh đạo đó tuyên bố đi theo. Những nhà lãnh đạo này có vẻ như luôn hiểu thấu mọi chuyện, và bạn cũng muốn được như họ. Gandhi, Che Guevara, Terance McKenna, Socrates đều là những nhà tư tưởng vĩ đại và họ dường như luôn có một lối tiếp cận bí mật nào đó để hiểu biết sâu sắc về những điều to lớn. Một cách tự nhiên, mọi người đều đi theo những con người vĩ đại này, mong rằng có thể lĩnh hội được phần nào điều kỳ diệu của họ. Vậy liệu nhóm người tin tưởng vào họ có thể được gọi là một giáo phái? Bạn thấy chưa, đây chính là điểm mà định nghĩa của từ *giáo phái* trở nên mờ mịt. Và đó cũng là lý do mà bạn dễ mắc phải dạng hành vi như vậy.

Vốn là loài linh trưởng, bạn có khả năng nhận thức sâu sắc về cách hoạt động của một nhóm. Bạn được lập trình để có nhu cầu giao du với người khác và tự đặt mình vào những nhóm hội. Sự tồn vong của bạn đã phụ thuộc vào điều này từ hàng triệu năm nay. Hơn nữa, bạn không đánh giá hành vi, lựa chọn và cảm xúc của mình để hiểu hơn về bản thân. Thay vào đó, bạn luôn có một hình ảnh lý tưởng về chính mình, một nhân vật do tri óc bạn mơ tưởng ra, và bạn luôn cố gắng để trở thành nhân vật đó. Bạn tìm

kiểm và giao du với những hội nhóm phù hợp với hình ảnh ấy, với câu chuyện mà bạn tự kể cho chính mình – câu chuyện giải thích tại sao bạn lại làm những điều mà bạn vẫn làm.

Myers cho rằng các giáo phái đều được khởi tạo từ những cá nhân có sức lôi cuốn cao. Có thể là người này tin rằng chính họ sở hữu điều gì đó đặc biệt, hoặc họ là một người thực sự thú vị. Mọi người bắt đầu giao du với họ, và khi một nhóm được hình thành thì con người ở vị trí trung tâm này bỗng dưng trở thành người nắm quyền. Nếu người này có một mục tiêu cụ thể, hay một kẻ thù họ muốn triệt hạ, họ sẽ tìm cách biến thiện chí của những người trong nhóm thành hành động. Nếu đó là một mục tiêu khó, họ sẽ cố gắng mở rộng tầm ảnh hưởng bằng cách chiêu mộ thêm thành viên mới, và họ thường che giấu đi bản chất thực để không làm cho những thành viên tiềm năng sợ hãi. Hầu hết các lãnh đạo này biết rõ mình phải làm gì, tuy nhiên có một số cũng chỉ làm theo bản năng và vô tình tạo ra một giáo phái trước khi nhận ra điều đó. Cách mà những người này sử dụng quyền lực của mình sẽ quyết định vị trí của họ trong lịch sử. Những kẻ lợi dụng thẩm quyền và những người đi theo mình sẽ tạo nên thứ mà chúng ta vẫn coi là giáo phái. Những người khác, ví dụ như Mohandas Ghandi, người có thể thuyết phục hàng ngàn người theo chân đi bộ tuần hành 241 dặm để phản đối thuế muối, lại không bị coi là những kẻ cầm đầu tà giáo. Bất kỳ nhóm nào nằm dưới sự lãnh đạo của một người có sức thuyết phục đều có khả năng tạo nên một nhóm văn hóa. Một số nhóm nỗ lực để làm cho thế giới trở nên tốt đẹp hơn. Trong khi có những nhóm lại dụ dỗ người ta tự sát tập thể.

Nếu bạn đã từng tự coi mình là fan hâm mộ của bất kỳ ai – nhạc sĩ, đạo diễn, nhà văn, chính khách, nhà khoa học hay một thiên tài công nghệ – thì bạn đang trải nghiệm giai đoạn đầu tiên của sự truyền bá giáo phái. Nếu bạn có cơ hội gặp được người mà bạn hâm mộ đó, được đề nghị tiếp tục giữ liên

lạc và giao du với họ thường xuyên, liệu bạn có nhận lời không? Chắc chắn là có rồi. Chuyện xảy ra tiếp theo sẽ phụ thuộc vào một loạt những yếu tố hỗn độn không thể đoán trước, và có những lúc nó sẽ tạo thành một giáo phái. Một số giáo phái còn có thể tồn tại lâu hơn cả người thành lập ra nó.

Sẽ không có tác nhân nào đứng sau những nhóm này, cũng không ai quyết định tạo ra hay gia nhập vào chúng. Những giáo phái không chỉ đơn thuần là được tạo dựng iên một cách hữu ý. Chúng thường được sinh ra khi những xu hướng tự nhiên của con người trở nên lệch lạc.

## TU DUY TẬP THỂ

### BẠN VẤN TƯỞNG

Vấn đề sẽ được giải quyết dễ dàng hơn khi một nhóm người tập hợp lại và cùng bàn luận các giải pháp.

### SỰ THẬT LÀ

Mong muốn đạt được tiếng nói chung và xu hướng tránh đối đầu sẽ kìm nén tiến độ.

Khi một nhóm người tập hợp lại để đưa ra quyết định, tất cả những con quái vật trong tâm trí con người đều sẽ được triệu hồi. Sự tuân thủ cứng nhắc, hợp lý hóa, rập khuôn và ảo tưởng sức mạnh – tất cả đều xuất hiện và không ai đủ can đảm để đương đầu với chúng bởi điều đó có thể dẫn đến việc bỏ dở kế hoạch ban đầu, hoặc làm nảy sinh một cuộc tranh cãi gay gắt. Một nhóm người được duy trì bởi sự hòa hợp. Khi tất cả các thành viên đều vui vẻ và cái tôi của họ không bị đụng chạm tới thì hiệu quả công việc cũng thường tăng lên. Điều này đúng trong mọi trường hợp, dù là bạn có sẵn bò rừng hay bán TV. Tinh thần làm việc nhóm, nhuệ khí, sự gắn kết giữa các thành viên – đó đều là những quý tài vàng được sử dụng bởi các nhà quản lý, chỉ huy, thủ lĩnh và các vị vua chúa. Bằng trực giác bạn biết được rằng sự bất đồng sẽ dẫn tới hỗn loạn, bởi vậy bạn cố gắng tránh xa điều đó.

Mọi thứ đều tốt đẹp, cho tới khi bạn nằm trong một nhóm mà bộ não của bạn không được lập trình để xử lý – ví dụ như ở chỗ làm. Bộ não vốn được tiến hóa để thích ứng với các nhóm lo việc đấu tranh sinh tồn nên sẽ khó có thể làm việc với lãnh đạo hay các kế hoạch tài chính một cách hiệu

quả. Bất kể công việc của bạn là gì, sẽ có những lúc mọi người phải họp lại và vạch ra những kế hoạch. Đôi khi điều này xảy ra trong một nhóm nhỏ, nhưng có lúc sẽ là toàn bộ công ty. Nếu trong nhóm này có một người nắm quyền sinh quyền sát, có thể sa thải nhân viên thì tư duy tập thể sẽ phát huy tác dụng.

Khi một vị sếp có mặt trong phòng, bạn sẽ cảm thấy bồn chồn. Bạn bắt đầu quan sát những thành viên khác trong nhóm để cố tìm ra được ý kiến chung. Cùng lúc, bạn cũng đắn đo về hậu quả của việc tỏ thái độ bất đồng. Vấn đề nằm ở chỗ tất cả mọi người trong nhóm đều đang làm điều này. Nếu mọi thành viên đều tin rằng việc chấp nhận nguy cơ mất việc làm hay mất bạn bè là không đáng thì sự đồng thuận giả dối sẽ ra đời. Và sẽ chẳng ai có hành động gì để ngăn cản điều này cả.

Thường thì sau những cuộc họp như thế này, hai người trong nhóm sẽ gặp riêng và đồng tình rằng nhóm này đang mắc sai lầm. Nhưng tại sao họ lại không nêu ý kiến của mình trực tiếp trong cuộc họp?

Nhà tâm lý học Irving Janis đã nghiên cứu và miêu tả rõ ràng hành vi này sau khi đọc về quyết định tấn công miền Nam Cuba của quân đội Mỹ – *Sự kiện Vịnh Con Heo*. Năm 1961, tổng thống John F. Kennedy đã cố gắng lật đổ Fidel Castro bằng lực lượng gồm 1400 người lưu vong. Họ không phải là lính được đào tạo chuyên nghiệp, và quân số cũng không hề lớn. Cuba biết những người này sẽ tổ chức tấn công. Và tất cả bọn họ đều bị thẩm sát. Sự kiện này đã dẫn tới việc Cuba trở nên thân với Liên Xô hơn và suýt gây ra thảm họa hạt nhân. John F. Kennedy và cố vấn của ông đều là những con người tài giỏi với đầy đủ mọi dữ kiện sẵn sàng trước mặt. Vậy mà khi họp bàn với nhau họ lại đưa ra một kế hoạch vô cùng ngu ngốc. Sau khi mọi việc kết thúc, chính họ cũng không thể giải thích được tại sao họ lại lập nên chiến thuật đó. Janis muốn có được một lời giải thích tường tận, và

những nghiên cứu của ông đã mang lại một phạm trù mới trong khoa học tâm lý về tư duy tập thể (*groupthink*). Đây là một thuật ngữ được William H. White đề cập trên tạp chí *Fortune*.

Hóa ra là để bắt kỳ một công việc nào có thể thành công, mỗi nhóm lập kế hoạch đều sẽ cần có một tên khốn nạn, một kẻ không đếm xỉa đến việc hắn có thể bị sa thải, lưu đày hay rút phép thông công. Để nhóm có thể tìm được một giải pháp tối ưu, họ phải cho phép sự bất đồng ý kiến tồn tại và các thành viên phải được phép tự do trình bày ý kiến mà không sợ bị trừng phạt.

Nghe thì có vẻ hiển nhiên, nhưng bạn sẽ luôn cố hợp lý hóa sự đồng thuận giả, trừ khi bạn biết cách tránh điều này. Đã bao nhiêu lần bạn tặc lưỡi vào tạm một quán bar hoặc một nhà hàng mà chẳng ai trong nhóm thực sự thích? Đã bao nhiêu lần bạn đưa ra lời khuyên cho người khác mặc dù đó không phải là điều bạn thực sự nghĩ?

Cuộc khủng hoảng nhà đất mới đây, sự thất bại trong việc ngăn chặn trận chiến Trân Châu Cảng, vụ đắm tàu Titanic, chiến tranh xâm lược Iraq – tất cả đều là hệ quả của những quyết định vô cùng tồi tệ do tư duy tập thể gây ra.

Tư duy tập thể điển hình sẽ phụ thuộc vào ba yếu tố – một nhóm những người có mối quan hệ tích cực với nhau, sự cách ly của nhóm đó, và thời hạn mà quyết định quan trọng phải được đưa ra.

Là loài linh trưởng bậc cao, bạn có xu hướng nhanh chóng tạo nhóm với người khác, và rồi cảm thấy như thể bạn cần phải bảo vệ nhóm của mình khỏi ý đồ xấu tới từ những nhóm khác. Khi các nhóm họp lại để đưa ra quyết định, ảo giác về sức mạnh bất khả chiến bại có thể sẽ xuất hiện, và khiến cho tất cả các thành viên cảm thấy an toàn trong vòng tay gắn kết. Lúc này bạn bắt đầu hợp lý hóa ý tưởng của người khác mà không cân nhắc

đến ý kiến của bản thân nữa. Bạn muốn bảo vệ sự gắn kết của nhóm khỏi mọi nguy cơ, bởi vậy bạn kìm nén sự nghi ngờ, bạn không lên tiếng tranh luận, bạn không đề xuất những phương án khác. Và không chỉ mình bạn mà tất cả mọi thành viên đều làm vậy, thủ lĩnh của nhóm sẽ rút ra kết luận sai lầm là tất cả mọi người đều đang thực sự đồng tình.

Các nghiên cứu cho thấy chúng ta hoàn toàn có thể dễ dàng tránh được những tình huống như trên, chỉ cần người lãnh đạo không đưa ra ý kiến và kỳ vọng cá nhân. Điều này sẽ tránh được việc ý kiến của sếp vô thức trở thành ý kiến chung của tất cả mọi người. Ngoài ra, nếu một nhóm được phép thỉnh thoảng chia thành những cặp nhỏ để bàn riêng với nhau về vấn đề cần giải quyết, một lượng vừa đủ những ý kiến bất đồng có thể sẽ xuất hiện dễ dàng hơn. Có cách hay hơn nữa là cho phép những người ngoài cuộc thỉnh thoảng đưa ra ý kiến của họ trong quá trình bàn tính để giữ cho tinh thần khách quan của mọi người không bị chìm xuống. Cách cuối cùng là giao nhiệm vụ làm *tên khốn* cho một người nhất định và yêu cầu họ phải tìm ra lỗi trong kế hoạch chung. Trước khi rút ra ý kiến đồng thuận, bạn cũng nên cho phép mọi người có khoảng thời gian thư giãn để xoa dịu căng thẳng và cho cảm xúc được trở lại bình thường.

Nghiên cứu cho thấy những nhóm bạn có khả năng ra những quyết định đúng đắn cao hơn thường cho phép thành viên đưa ra ý kiến bất đồng trong khi vẫn giữ được mối quan hệ bạn bè. Vậy nên là lần tới, nếu bạn thấy mình trong một nhóm những người đang chuẩn bị đạt được tiếng nói chung, hãy thử đóng vai phản diện. Nhóm nào cũng cần phải có một nhân vật như vậy, tại sao đó không thể là bạn?

## TÁC NHÂN SIÊU KÍCH THÍCH

### BẠN VẪN TƯỞNG

Những người đàn ông sở hữu búp bê tình dục là những tên bệnh hoạn, và cô gái cưới vị tỷ phú 80 tuổi là một kẻ đào mỏ.

### SỰ THẬT LÀ

Búp bê tình dục và các đại gia thực chất là những tác nhân siêu kích thích.

Những con bọ đá quý châu Úc thường quan hệ tình dục với chai bia rỗng.

Loài bọ màu nâu nhạt này có những rãnh kẻ chạy dọc thân, những cặp chân đen cùng chiếc đầu nhỏ thò ra từ dưới lớp cánh cứng dày. Thân chúng có hình thuôn dài thay vì hình tròn thường thấy ở các loài bọ và khá to. Chúng trông giống những con ve khổng lồ hơn là bọ rùa.

Những con đực của loài bọ đá quý này được lập trình một cách tự nhiên để ưa thích một số đặc điểm cụ thể ở những con cái. Chúng thích bạn tình có kích cỡ lớn, màu nâu rõ ràng, và sáng bóng. Những chai bia thì chắc chắn là to hơn, nâu hơn và sáng bóng hơn bất kỳ con bọ cái nào. Ở Úc, có một loại chai bia đặc biệt được gọi là chai lùn. Chúng kích thích những con bọ đá quý đực một cách vô cùng mạnh mẽ. Trong một thùng rác đầy chai lọ, khả năng cao là bạn sẽ thấy mỗi chai bia loại này đều bị bao phủ bởi hàng loạt những con bọ nâu đang cố gắng làm tình. Những chai bia lùn này là thứ mà các nhà tâm lý học gọi là **tác nhân siêu kích thích** (*supernormal releaser*). Chúng là những siêu tác nhân, có tác động mạnh mẽ hơn cả đồ



*thật*. Những con bọ đực tội nghiệp thậm chí vẫn sẽ cố gắng giao cấu với cái chai trong khi đang bị lũ kiến ăn thịt.

Dạng hành vi này vô cùng phổ biến trong thế giới động vật. Bất kỳ thứ gì có khả năng tác động lên sự tồn vong của bạn đều có thể trở thành một siêu tác nhân nếu được cường điệu đúng cách. Các loài chim có thể nhận nhầm trứng của một loài chim ký sinh khác đặt vào tổ của mình. Những quả trứng này có hình dạng giống trứng của chúng nhưng lại to hơn nên chúng vẫn cứ ấp một cách nhiệt tình mà không nhận ra rằng đó không phải là trứng của mình. Có một số loài phong lan tỏa ra mùi hương tương tự nhưng mạnh hơn mùi của ong chúa, dụ dỗ ong đực tới và giúp chúng thụ phấn. Thời xưa, khi con người còn sống một cách hoang dã thì những loại thực phẩm giàu calorie là rất hiếm, bởi vậy mà tổ tiên của bạn có ham muốn mãnh liệt là ăn thật nhiều mỡ động vật mỗi khi có thể. Giờ thì bạn không thể chống lại được sức cám dỗ của khoai tây chiên hay những chiếc bánh burger phô mai béo ngậy.

Nếu bạn liên hệ một khía cạnh nào đó với bản năng sinh tồn vốn có của con người, và tìm thấy một thứ thuộc khía cạnh đó hoàn hảo hơn nhiều so với ước mơ bay bổng nhất mà tổ tiên bạn có thể có được – thứ đó sẽ kích thích bạn một cách thái quá.

Trong lĩnh vực lựa chọn bạn tình thì hai giới tách biệt thành hai trường phái khá rõ ràng. Một bên sẽ có trách nhiệm phải mang thai và chăm sóc cho thế hệ sau, từ đó dẫn đến việc có tần suất sinh sản thấp hơn; trong khi bên còn lại có khả năng thực hiện sinh sản liên tục mà không phải chịu nhiều rủi ro. Trong bối cảnh như vậy, các tác nhân siêu kích thích sẽ có xu hướng cường điệu hóa khả năng sinh sản và sức khỏe dồi dào của nhóm mang trứng, hoặc là địa vị và khả năng cung cấp tài nguyên của bên mang tinh trùng.

Đối với giới nữ của loài người, bộ tuxedo khoác trên một người đàn ông sở hữu phi cơ riêng và ba căn hộ tại Ý tạo nên một bộ những tác nhân siêu kích thích vô cùng mạnh mẽ. Hầu hết phụ nữ sẽ không muốn làm quen với một anh chàng trông giống cái xác khô, nhưng nếu anh ta lại là chủ của một đế chế xuất bản hay có tổng tài sản ngang với tổng sản phẩm quốc nội của một quốc gia châu Âu, đó có thể lại là chuyện khác. Đối với nam giới loài người, cơ thể cân đối, ngực to, mông căng, eo thon, tóc bóng mượt và đôi môi quyến rũ đều là những tác nhân siêu kích thích. Hầu hết các chàng trai cũng không muốn làm tình với một cái xác vô hồn bằng nhựa, nhưng sự tăng trưởng của thị trường búp bê tình dục trong những năm qua chứng tỏ rằng vẫn có một số ít chấp nhận chuyện đó. Cả hai ví dụ trên đều là phiên bản loài người của những chai bia gợi dục.

Nhà tâm lý học David Buss đã dành cả sự nghiệp của mình để nghiên cứu về các xu hướng sở thích của đàn ông và phụ nữ trong việc chọn bạn tình, ở cả những cuộc hẹn hò ngắn hạn lẫn những mối quan hệ lâu dài. Trong cuốn sách của mình, *The Evolution of Desire*, ông đã chỉ ra một điểm có vẻ như là tối quan trọng khi đàn ông đưa ra đánh giá tức thì về độ hấp dẫn của đối phương – tỷ lệ của hông và eo. Trong nhiều nghiên cứu được thực hiện khắp thế giới, không cần biết văn hóa ở nước đó đặt nặng điều gì, tỷ lệ vòng eo bằng khoảng 70% độ rộng của hông luôn được ưa thích hơn. Theo như lời của Buss, tỷ lệ  $\frac{eo}{hông}$  giao động trong khoảng từ 0,67 tới 0,80 là một dấu hiệu của sức khỏe và khả năng sinh sản tốt, và ngược lại. Đúng là những người phụ nữ có tỷ lệ này đã được chứng minh là có sức khỏe tốt hơn, và đây là điều phái mạnh vô thức nắm được. Năm 1993, nhà tâm lý học Devendra Singh đã thực hiện nghiên cứu về trang giữa của tạp chí *Playboy*. Kết quả cho thấy rằng mặc dù những người mẫu được chọn in hình ở trang này có xu hướng ngày càng gầy hơn, tỷ lệ  $\frac{eo}{hông}$  trung bình của họ vẫn không đổi: 0,70.

Điều kỳ lạ về xu hướng ưa thích tự nhiên này là nó khiến một tác nhân siêu kích thích với những đặc điểm không tưởng trở nên có sức hút mạnh mẽ hơn. Nghiên cứu về tỷ lệ eo/hông của nhà tâm lý học Kerri Johnson vào năm 2005 cho thấy cả đàn ông lẫn phụ nữ đều dùng thông số này để xác định giới tính của bóng người. Phần mềm theo dõi chuyển động của mắt đã cho thấy cả hai giới đều nhìn vào khuôn mặt trước và sau đó di chuyển ánh nhìn tới khu vực eo và hông. Nghiên cứu này cũng cho thấy rằng khi được yêu cầu đánh giá độ hấp dẫn của đối tượng, đàn ông bị thu hút bởi tỷ lệ 0,70. Nhưng một số người còn bị kích thích mạnh mẽ hơn bởi những tỷ lệ nhỏ hơn như 0,60 và 0,50. Vòng eo nhỏ như vậy sẽ khiến bào thai không thể phát triển. Như vậy là tác nhân siêu kích thích này không giúp cho những người đàn ông chọn được người phụ nữ khỏe mạnh và có khả năng sinh sản tốt, nó chỉ là một lỗi tắt trong tâm trí để rút ra kết luận, một sự tự nghiệm. Bộ não đàn ông đang nói với họ rằng eo thon và hông to là tốt. Và bởi vì những trường hợp phụ nữ eo nhỏ tới mức không thể mang thai được rất hiếm trong tự nhiên nên không có giới hạn nào được lập trình vào sự tự nghiệm này và ngăn đàn ông không chú ý tới những vòng eo siêu nhỏ.

Johnson cũng đã cho những người tham gia đi bộ trên máy tập và nói với một nửa trong nhóm là bà đang đo khả năng vận động của họ. Đối với nửa nhóm còn lại, bà phổ biến là đây là thí nghiệm để đo độ hấp dẫn của họ. Khi được biết rằng họ đang bị đánh giá mức độ quyến rũ, phụ nữ đã vô thức đẩy hông sang hai bên khi bước đi, khiến cho tỷ lệ eo/hông của họ có vẻ giảm đi trong mắt người quan sát. Đây cũng là một điểm khiến những tác nhân siêu kích thích làm xáo động tâm trí bạn. Sự tự nghiệm bạn có sẵn không được chuẩn bị trước để đối phó với những hành động phóng đại như vậy. Búp bê Barbie, các nhân vật hoạt hình và những bức tượng phụ nữ cổ đại đều là những bản sao không tưởng về hình thể người phụ nữ, nhưng cả hai

phải đều nắm được một cách vô thức về tỷ lệ 0,70 nhiệm màu và sức mạnh của những tác nhân siêu kích thích.

Đàn ông dễ bị thao túng hơn bởi họ có ít tiêu chí đánh giá đối tượng tiềm năng. Và ngành quảng cáo từ lâu đã lợi dụng xu hướng này. Phụ nữ sẽ mua những sản phẩm giúp họ trở thành những mục tiêu không tưởng. Còn đàn ông thì mua những sản phẩm giúp họ trở nên hấp dẫn hơn trong mắt những mục tiêu không tưởng đó. Những quảng cáo gợi dục và mang chiều hướng phân biệt giới tính có thể là một mũi tên trúng hai đích. Các nhà quảng cáo sẽ tạo ra những hình mẫu với tỷ lệ cơ thể kỳ lạ, được chụp bởi những nhiếp ảnh gia chuyên nghiệp, được tô đắp bởi các chuyên gia trang điểm và biến hóa bằng ma thuật của Photoshop cho tới khi kết quả thu được là một phiên bản hoạt hình giống thật – cũng giống như búp bê tình dục.

Đối với phụ nữ thì các tác nhân siêu kích thích phức tạp hơn việc đo lường cơ thể hay là một tỷ lệ eo/hông lý tưởng. Phụ nữ chịu nhiều rủi ro hơn nếu đưa ra quyết định tồi tệ, bởi vậy quá trình tiến hóa đã cho họ một bộ những tiêu chí phức tạp để đánh giá bạn tình tiềm năng. David Buss có liệt kê ra một số tiêu chí như khả năng tài chính, địa vị xã hội, tham vọng, độ ổn định, trí tuệ, sự tận tâm và chiều cao. Bất kỳ một tiêu chí nào trong số trên, ở cả những đối tượng tiềm năng ngắn hạn hay dài hạn, đều có khả năng trở thành một tác nhân siêu kích thích vì nó làm tăng khả năng thành công của việc sinh sản. Nhưng để cho một người đàn ông có thể trở nên thực sự hấp dẫn thì anh ta sẽ cần thỏa mãn nhiều hơn một tiêu chí. Một vị bác sĩ cao ráo, giàu có, tốt bụng và chung thủy chắc chắn là sẽ hấp dẫn hơn nhiều so với một anh chàng phục vụ bàn nóng tính có chiều cao khiêm tốn và sống dựa vào bố mẹ, bất kể là anh ta có bộ ngực vạm vỡ tới mức nào đi chăng nữa.

Đừng kết thúc tại đây và nghĩ rằng bạn nắm được vấn đề là sẽ tránh được nó. Kể cả bạn không hành động dựa vào cảm xúc nhất thời, bạn vẫn

có cảm giác về chúng. Dần dà sẽ có thứ gì đó làm thay đổi bạn, cho dù chỉ là một điều nhỏ xíu như chiếc bánh sandwich được kẹp bằng hai miếng gà rán thay cho bánh mì. Một nghiên cứu thực hiện tại Đại học Rutgers vào năm 2003 đã cho thấy kích cỡ một phần ăn trung bình mà người Mỹ cho là vừa đủ đã tăng lên đáng kể trong vòng 20 năm qua. Một cốc nước cam giờ phải to hơn đến 40%. Một bát ngũ cốc ngô cũng to hơn đến 20%. Kích cỡ đĩa ăn trong nhà hàng đã to hơn 25% so với trước đây. Ảnh hưởng của những tác nhân siêu kích thích đã thay đổi cách mà mọi người nhìn vào một phần ăn hào phóng, và cho tới nay cũng chẳng mấy ai nhận ra điều đó.

Hãy nhớ rằng bạn luôn có xu hướng sử dụng những lối tắt trong tâm trí để quyết định xem thứ trước mặt mình có tốt hay không. Khi một tác nhân chuyển từ tốt sang tuyệt vời, điều đó không có nghĩa là nó thực sự hơn hẳn phiên bản bình thường. Nếu thứ đó phải được tạo ra một cách nhân tạo, với những đặc điểm được cường điệu hóa lên và trở thành thứ không tưởng, khả năng lớn là bạn sẽ phải chiến đấu chống lại xu hướng tự nhiên của bản thân để không bị nhấn chìm bởi những tác nhân siêu kích thích. Những con bọ đá quý châu Úc phải chịu sự đọa đày và thèm khát những chai bia rỗng trong đồng rác bởi chúng không có lý trí để chống lại sự ham muốn của bản thân. Nhưng bạn thì có thể.

## SỰ TỰ NGHIỆM CẢM XÚC

### BẠN VẤN TƯỞNG

Bạn luôn suy tính giữa rủi ro và lợi ích, và luôn lựa chọn để tối ưu hóa lợi nhuận trong khi giảm thiểu những thiệt hại.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn phụ thuộc vào cảm xúc khi xác định một thứ là tốt hay xấu, thường đánh giá quá cao những lợi ích tiềm tàng và bị ám ảnh bởi ấn tượng ban đầu.

Giả sử tôi có thể giúp bạn nhanh chóng kiếm được một món tiền nho nhỏ: Bạn chỉ cần nhặt được những viên kẹo dẻo màu đỏ ra khỏi bát đầy kẹo.

Tôi sẽ cho bạn hai lựa chọn: Một chiếc bát khổng lồ với hàng trăm viên kẹo đỏ trộn lẫn với hàng trăm những viên kẹo màu khác, hoặc một chiếc bát nhỏ hơn chỉ có 50 viên kẹo với tỷ lệ kẹo đỏ cao hơn so với bát thứ nhất. Tôi thậm chí sẽ dán khả năng bốc trúng kẹo đỏ lên mỗi chiếc bát. Bát to sẽ có 7% khả năng trong khi bát nhỏ có 10%. Mỗi lần bạn bốc được một viên đỏ tôi sẽ cho bạn 1 đô-la. Vậy bạn sẽ chọn bát nào?

Trong một nghiên cứu xuất bản năm 1994 trên Tạp chí về Tính cách và Tâm lý học Xã hội, Veronika Denes-Raj và Seymour Epstein đã phát hiện rằng những người tham gia trò chơi trên có xu hướng chọn chiếc bát to mặc dù rõ ràng tỷ lệ kẹo đỏ trong bát nhỏ lớn hơn. Khi được hỏi nguyên do, những người tham gia nói rằng họ có cảm giác khả năng thắng sẽ lớn hơn

nếu chọn chiếc bát to bởi trong đó có nhiều kẹo đỏ hơn, mặc dù họ đã nắm rõ được tỷ lệ chiến thắng thật sự của mỗi lựa chọn.

Xu hướng thiên về trực giác, đưa ra những quyết định không chính xác, và bỏ qua thực tế được gọi là **sự tự nghiệm cảm xúc** (*the affect heuristic*). Đây là thứ luôn chen vào giữa bạn và lợi ích lớn nhất mà bạn có thể đạt được, và nó xuất hiện khi bạn phải đưa ra đánh giá về điều gì đó mới.

Lần đầu gặp một ai đó, hàng tỷ những suy nghĩ siêu nhỏ chạy quanh trong não bạn dưới dạng các chất dẫn truyền và các tín hiệu thần kinh. Bạn sẽ bắt đầu đưa ra những đánh giá về con người họ một cách vô thức. Có thể bạn nhận thấy cái bắt tay của đối phương rất chặt và mạnh mẽ, tư thế của anh ta rất cường tráng và khoáng đạt, nụ cười của anh ta hoàn hảo và ấm áp. Bạn sẽ lấy tất cả những điểm trên, nhân với cách ăn mặc, chia cho hệ số mùi cơ thể, và thêm yếu tố tuổi tác vào để tạo nên một phương trình tính toán khổng lồ trong tiềm thức mà kết quả là ấn tượng ban đầu của bạn dành cho đối phương. Đây là một người tốt, đáng để bạn làm quen.

Thế sẽ ra sao nếu bạn gặp một người cứ mở miệng ra là nói những câu phân biệt chủng tộc, có hình xăm chữ thập ngược trên cổ tay và tỏa ra mùi như sốt nấm? Trước khi kịp biến cảm xúc thành suy nghĩ mạch lạc, chắc hẳn bạn đã kịp bước một quãng xa để tránh khỏi hắn.

Theo lẽ thường thì ấn tượng ban đầu sẽ phai nhạt dần khi bạn hiểu về người đó hơn, tuy nhiên thực tế lại cho thấy ấn tượng này quan trọng hơn bạn nghĩ. Các nghiên cứu đã chỉ ra ấn tượng ban đầu bạn có với một người, hay một thứ gì đó, có khả năng lưu lại rất lâu. Nghiên cứu năm 1997 do Wikielman, Zajonc và Shwartz thực hiện đã chứng minh điều này. Những người tham gia ngồi trước màn hình, một bức ảnh mặt cười hoặc nhăn nhó chớp nhoáng hiển thị. Sau đó, một ký tự tượng hình Trung Quốc xa lạ hiện ra. Những người tham gia được hỏi là họ có thích ký tự đang hiển thị trước

mặt không. Họ thường nói thích những ký tự hiện lên sau hình ảnh nụ cười và không thích những ký tự theo sau khuôn mặt nhăn nhó. Tuy nhiên khi chữ này xuất hiện lại với hình ảnh trước đó bị đổi từ cười thành mếu và ngược lại, những người tham gia thí nghiệm vẫn có xu hướng giữ nguyên quan điểm. Như vậy có nghĩa là ấn tượng ban đầu vẫn lưu dấu trong tâm trí họ.

Về cơ bản thì ấn tượng ban đầu cho bất kỳ thứ gì bạn mới gặp được chia thành *tốt* hoặc *tệ*. Sau đó, bạn đặt nghĩa vụ chứng minh điều ngược lại lên những trải nghiệm trong tương lai. Bạn có thể có cảm tình với một ai đó từ đầu, nhưng rồi mới dần nhận ra sai lầm của mình sau một thời gian dài. Bạn cứ để cho ấn tượng ban đầu đó bị bào mòn dần chứ không chịu thay đổi ngay lập tức quan điểm của mình về con người họ. Có thể đó là một người biết ăn mặc và giữ vệ sinh sạch sẽ, nhưng lại có thói quen thích động chạm và sẽ tán tỉnh bất kỳ người khác giới nào ở bên cạnh họ quá bốn phút. Có thể đó là một kẻ vũ phu, đánh đập con cái mình ở nhà, nhưng lại bỏ thời gian cuối tuần ra để tới các trại dưỡng lão, tình nguyện hướng dẫn người già sử dụng máy tính. Bạn cần bao nhiêu chứng cứ thì mới có thể bắt đầu xếp loại lại một người mới quen từ nhóm này sang nhóm khác?

Sự tự nghiệm cảm xúc là một cách để bạn có thể nhanh chóng đưa ra kết luận về một thông tin mới. Bạn sử dụng nó để phân loại dữ liệu vào hai nhóm chính – tốt hoặc xấu – và rồi bạn lựa chọn cách ứng xử phù hợp với thứ vừa được đánh giá. Sự tự nghiệm cảm xúc được coi là chiếc Chén Thánh trong tất cả các loại thiên vị nhận thức người ta sử dụng trong quảng cáo và chính trị. Khi bạn có thể liên hệ mặt hàng hay ứng cử viên của mình với các hình ảnh tích cực, và đối thủ với các hình ảnh tiêu cực, bạn đã chiến thắng. Nếu bạn xây dựng được những mối liên kết đủ mạnh, nhãn hiệu bạn yêu thích thậm chí có thể trở thành đại diện cho cả loại sản phẩm. Khăn



giấy trở nên đồng nghĩa với Kleenex. Thuốc giảm đau được gọi chung là Aspirin. Băng băng thì trở thành Band-Aids.

Vẫn còn có những tranh cãi trong cộng đồng tâm lý học về sức mạnh và độ đáng tin cậy của những quyết định nhanh và ấn tượng ban đầu. Tuy nhiên ảnh hưởng lớn của chúng lên cách mà bạn giải nghĩa cảm giác của mình là không thể bàn cãi. Khi mà ấn tượng ban đầu kéo dài và ảnh hưởng lên cảm giác của bạn cho những ấn tượng lần hai, lần ba, lần bốn thì nghĩa là bạn đã nằm dưới sự kiểm soát của sự tự nghiệm cảm xúc.

Phần lớn cỗ máy tâm trí của bạn bị ẩn giấu sau cánh cửa đóng ở cuối hành lang được gọi là tiềm thức, nhưng hoạt động của nó thì lại là một phần không thể thiếu, đóng góp cho sự tồn tại của nhận thức. Các nhà tâm lý học đôi khi chia tâm trí con người thành những phần tương ứng với sự phát triển của bộ não. Đây là một sự tối giản hóa, nhưng nó hữu dụng trong việc giúp chúng ta nắm được câu chuyện lịch sử tiến hóa bộ não người từ những phiên bản đơn giản tồn tại trong các loài côn trùng và cá. Bằng việc phân chia và phân tích các lớp của não bộ như các điểm khảo cổ với những hiện vật cổ xưa bị chôn sâu hơn hiện vật mới, bạn sẽ dễ dàng hiểu được cách mà tâm trí chúng ta hình thành. Phần cổ xưa nhất của não bộ gần như nằm gọn trong khu vực não sau. Những cấu trúc tại đây xử lý các vấn đề liên quan tới việc sống còn, điều tiết các hoạt động thường nhật của cơ thể mà bạn không cần phải bận tâm tới như hít thở hay giữ thăng bằng trên một chân. Phần não giữa được hình thành vào thời kỳ hưng thịnh của tổ tiên loài linh trưởng, mang tới cho bạn cảm xúc và nhận thức xã hội. Cuối cùng là lớp trên cùng, phần mới được tiến hóa gần đây nhất, có nhiệm vụ cung cấp khả năng suy luận và tính toán. Thùy não trước và vùng tân vỏ não đóng vai trò như những cán bộ điều hành của tâm trí, thu nhận thông tin từ những bộ phận khác và đưa ra những kế hoạch hành động.

Phần nhận thức có lý trí, biết điều, có khả năng tư duy toán học với những phương pháp logic của bạn hoạt động rất chậm chạp và nặng nề. Chúng sử dụng khả năng lưu trữ và các công cụ khác. Trong khi đó phần tâm thức vô lý trí, chạy bằng cảm xúc và trực giác thì lại hoạt động vô cùng nhanh. Khi quyết định thay dầu xe hay lắp đặt một chiếc máy rửa bát, bạn sẽ phụ thuộc vào việc xử lý, thực hiện theo hướng dẫn, đo đạc kích thước của phần não có lý trí chứ không dựa nhiều vào cảm xúc. Tuy nhiên cảm xúc và đánh giá tức thời sẽ được sử dụng khi bạn lựa chọn những thứ không thể diễn đạt qua những phương trình trong tâm thức, ví dụ như là ăn trưa ở đâu hay thuê phim gì để xem. Phần lý trí vẫn đưa ra quyết định, nhưng tiềm thức mới là nơi cung cấp những ảnh hưởng và cảm xúc. Một phần lớn trong cuộc sống của bạn phụ thuộc vào bộ não cảm xúc. Điều này có nghĩa là trong những vấn đề xã hội hay những tình huống giữa sống và chết, suy nghĩ và hành vi của bạn được điều khiển bởi những phản ứng tự động và vô thức, những tác động từ một nơi tăm tối rất khó để chạm vào và giải thích. Đã có rất nhiều sách viết về đề tài này nên chúng ta sẽ không đi quá sâu vào nữa. Chỉ cần nhớ rằng cảm xúc có tác động rất lớn lên phần não có nhiệm vụ đưa ra quyết định. Bạn có thể chia tâm trí của mình ra thành các phần tự động, cảm xúc, hay lý trí. Nhưng để đơn giản hơn thì hãy chia làm hai thôi: con người có ý thức và con người vô thức của bạn.

Con người vô thức của bạn có nhiều điểm giống với loài chuột. Một con chuột ăn hết lượng thực phẩm bằng khoảng 15% khối lượng cơ thể chính nó mỗi ngày, điều này tương đương với việc một người đàn ông 80kg tiêu thụ gần nửa cân đồ ăn mỗi giờ đồng hồ. Những sinh vật nhỏ bé này rất tò mò nhưng cũng cẩn trọng. Và cũng giống như bất kỳ sinh vật nào ngoài tự nhiên, phần lớn các hành vi của chuột được dựa trên trận chiến giữa rủi ro và lợi ích. Vì cần phải ăn liên tục, một con chuột luôn phải đối mặt với những tình huống cân cân nhắc giữa mối nguy của việc kiếm thức ăn và nhu

cầu nạp năng lượng. Chuột vốn có bộ não sơ cấp nên nó không thể lựa chọn dựa vào lý trí hay phân tích, so sánh giữa lợi ích kinh tế với tổn thương thể chất. Vậy nên nó phải tìm cách vượt qua sóng gió cuộc đời bằng trực giác của loài gặm nhấm. Khi gặp một tình huống mới, con chuột sẽ phải xác định hành động tiếp theo mà không thông qua những lý luận logic như bạn có thể sử dụng. Nếu không phải vậy thì bầy chuột đã trở nên vô dụng. Xa xưa trong lịch sử tiến hóa, bạn và chuột đã từng có chung một tổ tiên. Những khả năng vô thức để nhận biết rủi ro và lợi ích từ hồi đó đã tiến hóa thành phiên bản mà ngày nay cả bạn và chuột đều sử dụng. Việc nhận biết rủi ro không phải là thứ được rút ra thành một bản báo cáo hay một cái thước đo tưởng tượng trong não. Phải có sự chuẩn bị kỹ càng mới có thể tạo ra những bản vẽ và đồ thị, còn việc nhận định rủi ro lại xuất phát từ tiềm thức, hay nói chính xác hơn là từ các cấu trúc đảm trách cảm xúc trong não của bạn. Chỉ một đánh giá đơn giản, phân loại tình hình là tốt hay xấu đã giúp cho tổ tiên bạn có thể tránh được hàm răng của thú săn mồi, hay một lưỡi gươm sắc lẹm. Tuy nhiên, khi mà vấn đề trở nên quá phức tạp, giống như trường hợp của chiếc bẫy với những con chuột đang đi lòng thốc ăn, bạn sẽ dễ dàng thất bại.

Khi trở về với nơi mà rắn trườn dưới chân và thức ăn mọc trong bụi, sự chú ý của bạn sẽ thu gọn lại về những thứ ngay trong tầm với. Khi quay về với môi trường mà từ đó bộ não bạn đã được tiến hóa để thích nghi, ví dụ như lúc bị lạc trong rừng, khả năng trực giác về rủi ro của bạn sẽ trở nên vô cùng hữu dụng. Trong bất kỳ trường hợp nào mà những mối lo giảm xuống chỉ còn rủi ro và lợi ích ngay trước mắt thì những phần mềm được cài sẵn trong bộ gen sẽ giúp bạn sống sót được khá lâu. Tua nhanh tới thời hiện đại, giờ thì bộ não cổ xưa của bạn phải chiến đấu với một thế giới hầu như toàn những thứ cao siêu khó chạm tới. Vay nợ và kế hoạch lương hưu, các bệnh tim mạch và bầu cử, đó toàn là những thứ khó hiểu hơn rất nhiều so với

cảm giác đói cồn cào hay tiếng truồn bò của một sinh vật trong bóng đêm. Hệ thống lường tránh rủi ro của bạn rất giỏi đối phó với những tình huống cụ thể nhưng lại rất tệ khi phải đối đầu với sự trừu tượng.

Năm 1997, trên tạp chí *Science*, Antoine Becharo và Hanna Demasio đã công bố một nghiên cứu mà đến giờ vẫn được coi là ví dụ điển hình nhất về con người vô thức. Họ đưa ra giả thiết là khả năng tư duy của bạn “bị lấn át bởi những bước xử lý vô thức không sử dụng những cấu trúc thần kinh hỗ trợ thuật toán thông tin.” Nói một cách khác là bạn đã bắt đầu giải quyết vấn đề trước khi nhận thức được điều đó.

Trong nghiên cứu này, những người tham gia được chơi một trò chơi với những lá bài nhưng không hề biết quy luật của chúng. Họ chỉ biết rằng sẽ nhận được tiền thưởng nếu thắng và bị phạt tiền nếu thua. Để chơi trò này, họ rút từng lá bài một từ bốn bộ khác nhau cho tới khi các nhà tâm lý học tuyên bố trò chơi kết thúc. Hai bộ bài đầu tiên mặc dù có phần thưởng cao nhưng lại có rất nhiều những lá bài thua cuộc có thể khiến người chơi mất tiền. Hai bộ bài còn lại thì phần thưởng không lớn bằng, nhưng cái giá phải trả cho những con bài xấu cũng nhỏ hơn. Mặc dù không nắm được tính chất của bốn bộ bài này, tất cả những người tham gia thí nghiệm đều có xu hướng chuyển dần việc rút bài từ hai bộ ăn lớn thua lớn sang hai bộ rủi ro thấp hơn. Sức mạnh của việc nhận diện khuôn mẫu đã ảnh hưởng lên hành vi của họ, đưa họ tới với những lựa chọn tốt nhất mặc dù họ không hề nhận thức được điều đó. Không chỉ có vậy, nghiên cứu còn tiếp tục đi sâu hơn. Những người tham gia được kết nối với những cảm biến đo độ ẩm trên da. Ra mồ hôi là phản ứng cơ thể tự động điều tiết bằng phản tâm trí vô thức thông qua hệ thần kinh giao cảm. Kết quả cho thấy độ ẩm trên da tăng đột biến khi họ đưa tay về phía những bộ bài có tính rủi ro cao, trước cả khi họ bắt đầu chuyển hướng sang chọn bài từ những bộ khác. Phản tâm trí vô thức đã nhận ra mức độ rủi ro và bật những hồi chuông cảnh báo lên từ rất lâu

trước khi phần trí não có ý thức nhận ra và làm theo. Khi được hỏi sau thí nghiệm, khoảng  $\frac{1}{3}$  số người tham gia đã không thể giải thích tại sao họ lại chỉ bốc bài từ những bộ an toàn hơn.

Những quyết định liên quan tới rủi ro và lợi ích khởi nguồn từ phần tâm trí vô thức của bạn. Nhân cách vô thức này có khả năng nhanh chóng nhận ra những thứ tốt hoặc xấu, nguy hiểm hoặc an toàn trước khi phần nhận thức có thể đưa ra lời giải thích. Những thứ tốt mang lại lợi ích cho bạn, những thứ xấu thì làm hại bạn. Khi nói một thứ gì đó là tốt, bạn đang ám chỉ rằng nó xứng đáng với những rủi ro cần trải qua để đạt được. Liệu bạn có dám ngủ qua một đêm khi có một con rắn độc đang xổng chuồng ở đâu đó trong căn hộ của bạn? Mức độ rủi ro của khả năng bị rắn cắn cao hơn nhiều lần so với lợi ích có được từ việc ngủ một cách thoải mái trên chính chiếc giường của mình, bởi vậy lựa chọn của bạn có lẽ là *không*. Vậy liệu bạn có dám đặt chân lên máy bay để đi du lịch tới Las Vegas? Khả năng để máy bay rơi là quá nhỏ so với niềm vui khi được xem Penn và Teller trình diễn ảo thuật hay là chơi cờ bạc xuyên đêm trên sa mạc, bởi vậy bạn sẽ sẵn sàng mua vé và đối đầu với những vùng nhiễu động không khí.

Những tính toán này không được viết lên tấm bảng đen trong tâm trí bạn; chúng được rút ra từ trực giác và những rung động của cảm xúc, nổi lên như phần nổi của tảng băng khổng lồ nằm sâu trong vô thức. Con người, giống như các loài động vật khác, vốn đã luôn đưa ra những quyết định nhờ vào trực giác từ rất lâu trước khi có được khả năng cân nhắc kỹ lưỡng. Bởi vậy mà ảnh hưởng từ những cỗ máy cổ xưa này trong tâm trí là rất lớn.

Năm 1982, một bệnh nhân với cái tên Elliot đã trở nên nổi tiếng trong giới nghiên cứu về khoa học thần kinh. Một khối u ác tính đã xuất hiện tại khu vực vỏ não trán ổ mắt (*orbitofrontal cortex*) của Elliot. Mặc dù khối u quái ác đã phá hỏng cuộc sống của anh, nó lại mang tới cho khoa học một

cái nhìn chưa từng có về vai trò quan trọng của cảm xúc trong quá trình đưa ra những quyết định. Trước khi khối u phát triển, Elliot là một kế toán thành đạt, có vợ và nhà riêng cùng tài khoản tiết kiệm trong ngân hàng. Sau khi khối u phát triển và được phẫu thuật để cắt bỏ, anh đã mất khả năng quyết định nhanh, thường sửng lại khi bị đặt vào tình huống phải lựa chọn giữa những thứ vô cùng đơn giản, ví dụ như chọn quần áo để mặc mỗi sáng. Phần não cảm xúc của Elliot đã mất đi khả năng liên kết với phần não có lý trí sau phẫu thuật. Anh không biểu hiện bất kỳ phản ứng cảm xúc nào trước những bức ảnh vốn có thể khiến người thường rùng mình, ví dụ như ảnh của những thi thể nam nhỡ. Thậm chí khi được kết nối với thiết bị đo độ ẩm trên da như trong thí nghiệm với những lá bài, các nhà nghiên cứu cũng không thấy Elliot có bất kỳ phản ứng cảm xúc nào. Đối với Elliot, những hình ảnh này không xấu và cũng chẳng tốt. Anh đã trở thành một sinh vật thuần lý trí, xem xét mọi thông tin với ánh mắt lạnh lùng đầy logic. Elliot không thể lựa chọn giữa những thứ giản đơn bởi anh không còn chút cảm xúc nào. Nếu phải chọn món trong thực đơn, anh sẽ bắt đầu phân tích hàng hà sa số những dữ kiện như thể tất cả những bí ẩn của vũ trụ đang mở ra trước mắt vậy. Từ kết cấu, kích thước, hình dáng, mức năng lượng, mùi vị, cho tới lịch sử ăn uống của chính mình và giá cả – tất cả những dữ kiện này và hàng trăm thứ khác nữa sẽ bị đem ra soi xét, phân tích và so sánh trong một vòng tính toán vô tận. Đưa ra lựa chọn khi không có cảm xúc là một việc vô cùng khó khăn. Elliot đã trở thành một người máy, không còn biết đến yêu ghét hay thèm muốn. Cuối cùng, anh đã phải ly dị vợ, bị mất việc làm, tiền bạc, nhà cửa và tất cả những thứ khác trong cuộc đời cũ, chỉ trừ tình thương của cha mẹ anh, những người đã đón anh về sống chung.

Như vậy, nói cho cùng thì sự tự nghiệm cảm xúc thường là một thứ tốt. Bạn cần nó để có thể nhìn ra được những mối nguy – và để chọn được một nhà hàng mà ngồi ăn sau buổi hòa nhạc. Vấn đề sẽ chỉ xuất hiện khi bạn

phải đánh giá một lượng lớn những khả năng, hoặc là khi bạn cần phải tìm ra sự kết nối và sự trừu tượng. Đây là lý do tại sao mà những chính khách đưa ra biểu đồ và đồ thị lại thường thua cuộc, trong khi người chuyên kể những câu chuyện vật vãnh lại hay giành chiến thắng. Ở mức độ cảm xúc, những câu chuyện sẽ luôn mang lại cảm giác dễ hiểu, bởi vậy bất kỳ thứ gì có thể mang lại sự sợ hãi, lòng đồng cảm, hay niềm kiêu hãnh đều sẽ nổi bật hơn những số liệu thống kê rắc rối. Chúng khiến bạn phải mua hệ thống an ninh cho căn nhà của mình, trong khi lại chẳng màng tới việc trang bị một máy phát hiện radon<sup>Ⓒ</sup>. Chúng khiến bạn luôn mang theo một lọ xịt hơi cay, trong khi vẫn cứ tiếp tục làm tắc mạch máu của chính mình bằng đồ ăn nhanh. Chúng khiến người ta phải lắp đặt các thiết bị phát hiện kim loại tại trường học, nhưng vẫn cứ để khoai tây rán có mặt trên thực đơn. Chúng tạo ra những người ăn chay hút thuốc. Những mối nguy hiểm nguyên thủy và phổ biến sẽ dễ để thấy hơn và dễ phòng tránh hơn, ngay cả khi những nguy cơ lớn hơn cũng đang lẫn khuất. Sự tự nghiệm cảm xúc cho những giao cảm cơ bản nhất của bạn biết về rủi ro và lợi ích trước mắt, trong khi bỏ qua bức tranh toàn cảnh và những nguy cơ tiềm tàng trong một hệ thống lớn, thứ cần phải có sự đào sâu nghiên cứu mới có thể thấy được.

Trong một nghiên cứu thực hiện vào năm 2000, Melissa L. Funicane, Ali Alhakami, Paul Slovic, và Stephen M. Johnson đã cho những người tham gia đánh giá về độ rủi ro và lợi ích của khí đốt tự nhiên, chất bảo quản thực phẩm, và nhà máy điện hạt nhân trên thang điểm từ 1 tới 10. Những người này được chia ra thành nhóm, trong đó có nhóm chỉ được đọc về rủi ro, và có nhóm chỉ được đọc về lợi ích. Sau đó, họ phải xem xét và đánh giá lại những thứ trên. Như bạn có thể đoán, những người đọc về lợi ích có xu hướng cho rằng những công nghệ trên có lợi cho xã hội hơn đánh giá ban đầu. Nhưng thứ kỳ lạ ở đây là gì? Họ cũng chấm điểm rủi ro giảm xuống luôn, khiến cho khoảng cách giữa hai điểm lớn hơn. Điều tương tự cũng

xảy ra với những người đọc về rủi ro: Họ đánh giá những công nghệ này mang nhiều rủi ro hơn – và mang lại ít lợi ích hơn. Điều này càng trở nên rõ rệt khi các nhà nghiên cứu yêu cầu họ phải hoàn thành việc đánh giá trong khoảng thời gian ngắn. Một cách logic mà nói, rủi ro và lợi ích là hai thứ tách biệt và cần phải được đánh giá một cách riêng rẽ. Nhưng mà bạn lại không phân xét mọi chuyện một cách logic. Khi một thứ có vẻ có ích hơn đối với bạn, nó cũng sẽ có vẻ bớt rủi ro hơn. Khi bạn nhận định thứ gì đó là tốt, những tính chất xấu của nó sẽ bị bỏ qua. Ngược lại, khi bạn thấy một thứ là nguy hiểm, việc tìm ra những điểm tốt của nó sẽ trở nên khó khăn hơn. Hiệu ứng tự nghiệm cảm xúc này sẽ mạnh hơn khi đánh giá thứ gì đó gần gũi, hay có liên hệ với phần não nguyên thủy của bạn.

Những cảm giác mà bạn cảm thấy khi xác định một thứ là tốt hay xấu hay khi quyết định có nên làm việc gì đó hay không đều chịu ảnh hưởng rất lớn từ sự tự nghiệm cảm xúc. Hãy nhớ tới điều này khi bạn nhận thấy những ngôn từ hay hình ảnh thể hiện sự sợ hãi từ một nguồn có chủ đích. Khi ai đó cố gắng nâng cao quan điểm, tăng bốc một mặt tích cực nào đó của vấn đề, hay bắt đầu sử dụng ngôn từ bay bổng, hãy luôn nhớ về xu hướng đánh giá vội vàng và lưu dấu ấn tượng ban đầu của bản thân. Bạn luôn để ý tới nguy cơ và lợi ích, nhưng khi bạn muốn tin rằng một điều gì đó là tốt, bạn sẽ vô thức phớt lờ những khuyết điểm của nó, và ngược lại. Bất kỳ một mối nguy quen thuộc nào cũng có thể che khuất những mối nguy hiểm mới, và những ấn tượng ban đầu thì rất khó để thay đổi.



## CON SỐ DUNBAR

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn có một cuốn danh bạ trong đầu lưu giữ tên gọi và khuôn mặt của tất cả những người mà bạn quen biết.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn chỉ có khả năng duy trì và chăm chút cho các mối quan hệ với khoảng 150 người trong cùng một thời điểm.

---

Hãy tưởng tượng một cốc chứa đầy nước. Cho thêm một giọt nước vào, và một giọt sẽ tràn ra. Đổ thêm một cốc nước đầy vào, và lượng nước vừa bằng một cốc sẽ tràn ra. Đây được gọi là hệ có tổng bằng không. Để thêm bất kỳ cái gì vào đây, bạn cũng phải bỏ đi một lượng đúng bằng lượng cho thêm.

Ngân hàng của những tên gọi, những khuôn mặt, và những mối quan hệ trong tâm trí bạn, thứ giúp bạn có thể theo dõi xem ai là bạn, ai là thù, ai là bạn tình tiềm năng – ngân hàng này cũng là một hệ có tổng bằng không. Điều này không liên quan tới năng lực lưu trữ thông tin của bạn mà liên quan tới mức năng lượng bạn có để lo lắng về vị trí của bản thân trong cuộc sống xã hội.

Ở những loài linh trưởng khác, các mối quan hệ xã hội được duy trì thông qua việc chải chuốt – bắt chấy rận cho nhau. Tất nhiên là bạn không đến một buổi xem phim *Mad Men* rồi bôi tóc và bắt chấy cho bạn bè trong lúc xem phim. Nhưng việc tụ tập dù với bất kỳ lý do gì vẫn là một hành

động *chải chuốt*. Các bạn cùng đi chơi, cùng làm việc và gọi điện thoại cho nhau để giữ liên lạc. Tới nhà bạn bè để vui chơi là phiên bản con người của việc ngồi bắt chấy rận. Sự phát triển của công nghệ đã cho phép bạn giữ liên lạc với những người yêu thương dù có khoảng cách địa lý lớn, và nhờ vậy hành vi chải chuốt này vẫn được duy trì. Thực tế cho thấy hầu hết tất cả những tập tính kết bầy bẩm sinh của bạn đều hoạt động bằng cách tự thích nghi với thời kỳ mà bạn sống. Trong cuộc sống hiện đại, những mối quan hệ của con người đã không còn bị chia cách bởi khoảng cách địa lý. Bạn có thể chọn bất kỳ ai ở bất kỳ đâu trên thế giới và chơi trò 6 bước nhảy<sup>⊙</sup> để kết nối họ với chính mình. Con người của thời hiện đại có sự liên hệ vô cùng khăng khít.

Thế nhưng bạn lại không thể giữ vững và duy trì được tất cả các mối quan hệ với những con người này theo đúng định nghĩa về quan hệ xã hội – bạn không thông minh lắm mà. Sự thật là là trong đám rối ren những dây mơ rễ má này, bạn chỉ có khả năng giữ chắc được mối quan hệ với khoảng 150 người. Nói một cách chính xác hơn là khoảng từ 150 đến 230 người. Mỗi đô thị lớn lại là nơi ở của hàng triệu người, mạng xã hội trên Internet luôn tràn ngập những dòng cập nhật trạng thái cá nhân, những tập đoàn lớn có chi nhánh ở khắp nơi trên thế giới – bộ não của bạn không có đủ khả năng để xử lý khối lượng các mối quan hệ khổng lồ trong những ví dụ trên. Cá tính của mỗi người, lịch sử của từng mối quan hệ, tất cả tập hợp lại thành một tệp dữ liệu vô cùng lớn chứa những thông tin xã hội cần chăm chút thường xuyên. Tâm lý học đã chỉ cho ta thấy bộ não không hoạt động như một ổ đĩa cứng, vậy nên vấn đề với các mối quan hệ không phải là chúng ta không có đủ chỗ để chứa dữ liệu. Vấn đề này liên quan nhiều hơn tới giới hạn lành mạnh của phân tâm trí đảm trách quan hệ xã hội.

Tại sao lại như vậy?

Vùng tân vỏ não ở các loài động vật linh trưởng chính là bộ phận có nhiệm vụ ghi nhớ và duy trì các mối quan hệ. Chúng ta không biết rõ kích cỡ của phần này do yếu tố nào quyết định, nhưng độ lớn của tân vỏ não của mỗi loài đều có liên quan tới số lượng cá thể trong một nhóm. Vượn sống trong những nhóm nhỏ, con người thì có những mối quan hệ xã hội rộng hơn. Nhà nhân chủng học Robin Dunbar là người đầu tiên đề xuất quan điểm này. Ông đã nhận ra kích cỡ một nhóm cá thể trung bình của mỗi loài có liên quan tới độ hiệu quả của những hành vi giao tiếp xã hội. Dunbar đã kết luận rằng độ hiệu quả này có thể được dự đoán thông qua mức độ phát triển của vùng tân vỏ não. Theo lời ông, nhóm cá thể càng lớn thì thời gian mỗi cá thể phải bỏ ra để giao lưu càng nhiều. Mỗi người phải kết nối với tất cả mọi người trong nhóm, và cũng phải để ý xem ai là bạn với ai, ai có thù hằn với ai, hiện trạng cuộc sống của từng người so với nhau và so với chính bản thân như thế nào. Sự phức tạp này tăng lên theo cấp số nhân mỗi khi có thành viên mới vào nhóm. Khi một ai đó chuyển tới nơi khác sống, bạn sẽ kết nối với họ ngày càng ít đi, và dần dà có thể sẽ chỉ gặp gỡ mỗi năm một lần, hoặc thậm chí là mất liên lạc trong nhiều năm. Giữ mối quan hệ với người đã ra khỏi vòng liên lạc trực tiếp của bạn tốn rất nhiều công sức. Và những nỗ lực này sẽ lấy bớt đi thời gian bạn dành cho những người khác. Không chỉ có vậy, bộ não đã thành hình trong một thế giới mà thời gian bỏ ra để duy trì các kết nối xã hội cũng sẽ ăn bớt vào quỹ thời gian cho những việc quan trọng khác, ví dụ như săn bắt, hái lượm, xây dựng nơi trú ẩn. Công sức và thời gian mà bạn có thể bỏ ra là có giới hạn – đây cũng là một hệ với tổng bằng không.

Bởi vì tính hiệu quả tác động lên độ lớn của nhóm cá thể nên khả năng sử dụng ngôn ngữ đã cho chúng ta lợi thế lớn hơn các loài vượn và khỉ. Theo quan điểm của Dunbar, việc duy trì các mối quan hệ xã hội thông qua ngôn ngữ dễ dàng hơn rất nhiều so với việc ngồi bắt chấy rận cho nhau.

Khối lượng công sức dành cho các mối quan hệ xã hội được định trước bởi vùng tân vỏ não quyết định giới hạn về độ lớn của nhóm xã hội. Kết nạp thêm thành viên mới sẽ phá vỡ sự cân bằng. Một nhóm thiếu cân bằng thì dễ đổ vỡ. Nhóm đạt được độ cân bằng cao thì sẽ được duy trì.

Giới hạn này đã ảnh hưởng lên cách mà loài người sinh sống trong suốt quá trình lịch sử.

Mọi bằng chứng khảo cổ đều cho thấy những nhóm, bộ tộc, làng xã thời cổ đại đều có số thành viên đạt mức tối đa vào khoảng 150 người. Đây là khoảng giới hạn số lượng người mà bạn có thể tin cậy và nhờ vả, những người mà bạn có thể trò chuyện cùng. Một khi vượt quá con số này, theo như nghiên cứu của Dunbar, thì tới 42% tổng quỹ thời gian của cả nhóm sẽ phải dành ra để lo lắng về các mối quan hệ. Cần phải có áp lực rất lớn từ môi trường xung quanh để việc xây dựng một nhóm lớn như vậy trở nên xứng đáng. Dần dần, con người bắt đầu nghĩ đến những phương pháp để duy trì những nhóm lớn như quân đội, thành phố, hay cả một quốc gia, và phương pháp chia nhỏ ra đời. Con số Dunbar được sử dụng để giải thích tại sao những nhóm lớn luôn được cấu tạo nên từ các thành phần nhỏ hơn và dễ quản lý hơn, ví dụ như đại đội, trung đội, tiểu đội trong quân đội, hay là chi nhánh và các phòng ban trong các công ty. Không một nhóm nào với số lượng vượt quá 150 cá thể lại có thể hoạt động hiệu quả mà không có sự phân chia về cấp bậc, vị trí và vai trò.

Trong thế giới tự nhiên hoang dã, rất khó để một nhóm 150 người có thể hợp tác và cùng theo đuổi một mục tiêu chung. Trong cuộc sống hiện đại, điều này có thể đạt được thông qua những cấu trúc quản lý tổ chức. Giống như Malcolm Gladwell đã chỉ ra trong cuốn sách *The Tipping Point* của mình, khi một công ty có lượng nhân sự vượt quá con số 150, năng suất lao động sẽ giảm sút rõ rệt cho tới khi công ty này tự chia thành những phòng

ban nhỏ hơn. Bạn hoạt động hiệu quả nhất khi ở trong một nhóm nhỏ – bằng cách này, tất cả những thành viên trong nhóm sẽ được kết nối với nhau, và sẽ có một số người nhất định đóng vai trò kết nối nhóm này với nhóm kia.

Con số Dunbar không phải là cố định. Nó có thể tăng lên hoặc giảm xuống dựa vào các yếu tố ngoại cảnh và những công cụ hỗ trợ. Khả năng là nhóm bạn của bạn sẽ chỉ có dưới 150 thành viên, nhưng khi bạn cần phải kết nối với những nhóm khác lớn hơn, ví dụ như ở chỗ làm hay trường học, con số 150 là ngưỡng mà tâm võ não của bạn trở nên đuối sức. Với những công cụ hiện đại như điện thoại, Facebook, email, bang hội trong trò *World of Warcraft*, v.v. Bạn có thể duy trì quan hệ với nhiều người hơn một chút. Nghiên cứu gần đây nhất của Dunbar cho thấy ngay cả những người dùng Facebook với danh sách bạn bè trên 1000 người, họ cũng chỉ liên lạc thường xuyên với khoảng 150 người, và trong nhóm 150 người đó thì họ cũng chỉ thực sự thân với khoảng dưới 20 cá nhân.

Có thể mạng xã hội đang cách mạng hóa cách mà các tổ chức, và chính chúng ta liên lạc với nhau. Nhưng cuối cùng thì có lẽ chúng cũng không tác động nhiều lắm lên các nhóm quan hệ cốt lõi – những người mà bạn thân thiết thực sự. Bạn có thể duy trì một số lượng khổng lồ những mối liên kết lỏng lẻo với mọi người trên Facebook, Twitter, hay là bất kỳ mạng xã hội nào trong tương lai, tương tự như khi ở trong một công ty lớn. Nhưng những mối quan hệ thân thiết cần sự chăm chút thường xuyên. Bất kỳ ai sử dụng số lượng bạn bè trên Facebook để làm thước đo vị thế trong xã hội đều đang tự lừa dối bản thân. Bạn có thể chia sẻ video hài hước về một con dê ngất xỉu với hàng trăm người quen và hàng ngàn người theo dõi, nhưng bạn sẽ chỉ có thể tin tưởng giao phó bí mật với rất ít người bạn thực sự mà thôi.

## BẢN RẺ

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Cả chủ nghĩa tiêu thụ lẫn chủ nghĩa tư bản đều được duy trì bởi những tập đoàn kinh tế lớn và ngành công nghiệp quảng cáo.

### SỰ THẬT LÀ

Cả chủ nghĩa tiêu thụ lẫn chủ nghĩa tư bản đều có nền móng là sự cạnh tranh địa vị giữa chính những người tiêu dùng.

---

Những người theo trào lưu nổi loạn<sup>☺</sup>, dân hippie, fan cuồng nhạc punk, nhạc grunge, nhạc metal, lũ trẻ theo phong cách goth, v.v. – bạn thấy điểm chung ở đây không?

Dù bạn sống qua thời kỳ của *Mùa hè Tự do*<sup>☺</sup> hay là tín đồ của bộ phim *Jem and the Holograms*, thì bất chợt vào một thời điểm nào đó của những ngày thanh xuân, bạn cũng sẽ nhận ra ai mới thực sự là người có quyền kiểm soát cuộc sống của mình, và bạn bắt đầu nổi loạn. Bạn cần phải hiện thực hóa bản thân, phải tự tìm ra lối đi cho riêng mình. Và bạn bắt đầu hành trình tìm kiếm một thứ gì đó chân chính, một thứ có ý nghĩa. Bạn vẫy tay từ chối những dòng nhạc thịnh hành, những bộ phim nổi tiếng, những chương trình TV phổ biến vào thời điểm đó. Bạn đào sâu hơn và bắt đầu coi thường những con cừu ngây thơ vẫn đang bị mê hoặc bởi thứ văn hóa đại chúng.

Vậy mà bạn vẫn tiếp tục nghe nhạc, mua áo thun và đi xem phim tại rạp. Vẫn cảm thấy bị thu hút bởi chính những người khác biệt với mình.

Nếu bạn nghĩ rằng có thể dùng tiền để mua cá tính thì bạn lại chẳng thông minh lắm đâu.

Từ khoảng những năm 1940, khi mà chủ nghĩa tư bản và ngành marketing kết hôn với bộ môn tâm lý học và ngành quan hệ công chúng, người ta đã ngày càng giỏi đưa ra những lựa chọn mua sắm bất kể thị hiếu của bạn có thể nào.

Hãy nghĩ về một tay mê nhạc punk rock điển hình với quần áo da, đinh tán và dây xích. Tất nhiên là anh ta cũng phải mua tất cả những thứ trang phục đó. Vậy là ai đó đã kiếm lời bằng sự nổi loạn của anh ta. Đó chính là nghịch lý của sự nổi dậy chống lại chủ nghĩa tiêu thụ – tất cả mọi thứ đều nằm trong hệ thống. Chúng ta đều bị bán rẻ bởi vì bản thân chúng ta ai cũng cần phải mua sắm. Mọi trào lưu mới được tạo ra bởi những kẻ phá cách, đi ngược lại xu hướng chung đều nhanh chóng bị kiểm soát và tận dụng bởi những nhà kinh doanh nhanh nhạy.

Trong khoảng những năm cuối thập niên 1990 và đầu đầu thập niên 2000, người ta đã bỏ ra rất nhiều nỗ lực để lên án chống lại làn sóng này thông qua những bộ phim nghệ thuật – *Fight Club*, *American Beauty*, *Fast Food Nation*, *The Corporation*, v.v. Tác giả của những tác phẩm này có thể có dụng ý tốt, nhưng chúng cũng lại trở thành những sản phẩm mang mục đích thu lợi nhuận. Những tiếng gọi chống lại chủ nghĩa tiêu thụ cũng không tránh khỏi số phận bị tiêu thụ.

Michael Moore, Noam Chomsky, Kurt Cobain, Andy Kaufman – những con người này có thể chỉ quan tâm tới việc sáng tạo nghệ thuật hay là thể hiện những nguyên lý hàn lâm. Nhưng một khi tác phẩm của họ được tung ra thị trường và được đón nhận, chính công chúng lại là những người khiến họ trở nên giàu có.

Hai triết học gia Joseph Heath và Andrew Potter đã viết về vấn đề này trong cuốn sách *The Rebel Sell*® xuất bản năm 2004. Trọng tâm chính được nêu ra trong cuốn sách này là bạn không thể chống lại hệ thống thông qua việc *nổi loạn* trong tiêu dùng hàng hóa.

Dưới đây là lối suy nghĩ phổ biến đã tạo nên móng cho mọi xu hướng phản văn hóa:

“Mọi hệ thống và tổ chức trên thị trường cần sự đồng nhất trong xã hội để có thể bán được tối đa lượng hàng hóa cho tối đa số người mua. Thông qua truyền thông báo chí, quảng cáo, giải trí và các phương pháp khác, họ nỗ lực để đạt được điều này việc bằng việc thay đổi nhu cầu của khách hàng. Để thoát khỏi chủ nghĩa tiêu thụ và sự đồng thuận giả tạo, bạn sẽ phải quay lưng và phớt lờ những gì thuộc về văn hóa đại chúng. Một khi làm được như vậy thì những xiềng xích trói buộc bạn sẽ tự bị phá bỏ, cỗ máy sẽ dừng lại, mọi bộ lọc sẽ tan vỡ, và bạn sẽ có thể nhìn thấy bức tranh thật của cuộc sống. Bản chất hư ảo trong sự tồn tại sẽ kết thúc và tất cả chúng ta cuối cùng sẽ được tự do và sống thật.”

Vấn đề là ở chỗ, theo như Heath và Potter phân tích, hệ thống sản xuất và tiêu thụ chẳng hề quan tâm tới sự đồng nhất. Thực tế mà nói, hệ thống này chuộng sự đa dạng hơn nhiều, và nó cần sự tồn tại của những kẻ lập dị, của dân hippie hay đội fan cuồng của các dòng nhạc để có thể phát triển.

Ví dụ thế này, giả sử có một ban nhạc rất hay nhưng lại không nổi tiếng, chỉ có bạn và vài người khác biết tới. Họ chưa bao giờ có hợp đồng thu âm hay album nhạc. Họ chỉ đơn thuần là đi biểu diễn và chất lượng thì tuyệt vời khỏi nói. Bạn bắt đầu kể với mọi người về nhóm nhạc này và thế là cộng đồng người hâm mộ lớn dần lên. Họ phát hành album đầu tay và kiếm đủ tiền để có thể bỏ việc và tập trung vào âm nhạc. Album đó cũng khiến



cho số buổi biểu diễn và lượng người hâm mộ tăng chóng mặt. Rồi trước khi bạn kịp nhận ra, họ đã ký hợp đồng thu âm, được phát nhạc trên các kênh radio, và chơi nhạc trên *The Tonight Show*<sup>©</sup>. Vậy là giờ thì họ đã bị bán rẻ, và bạn bắt đầu ghét họ. Bạn không hâm mộ ban nhạc này nữa và đi tìm một nghệ sĩ chân chính hơn. Vòng quay cứ thế tiếp diễn. Đây chính là hệ thống đẩy giúp các nghệ sĩ nổi lên từ sự vô danh. Nó không bao giờ dừng lại. Không những thế nó hoạt động ngày càng nhanh và hiệu quả hơn.

Tuy nhiên, chính những ban nhạc vô danh này cũng là một kiểu đồng nhất. Họ sống trong những căn phòng gác mái ở khu dân cư phức tạp, mặc quần áo second-hand, xem những bộ phim độc lập chẳng ai biết tới. Các đặc điểm này tạo cho họ vị thế xã hội đặc biệt – thứ khó mua hơn những thứ vốn có sẵn trên thị trường đại chúng. Vào những năm 1960, phải mất hàng tháng trời trước khi có người phát hiện ra là họ có thể bán áo tự nhuộm kiểu tie-dye<sup>©</sup> và quần ống loe cho những kẻ thích nổi loạn. Tới những năm 1990, chỉ cần vài tuần là người ta đã nắm bắt được thị hiếu mới về áo kẻ caro và giày boots da cho dân sống ở khu vực miền Nam<sup>©</sup>. Giờ thì thậm chí các công ty và tập đoàn còn thuê người tới các quán bar và câu lạc bộ để nắm bắt và dự đoán những xu hướng phản văn hóa sắp xuất hiện, nhờ đó họ có thể nhanh chóng sản xuất và cung cấp sản phẩm phù hợp ngay khi nó trở thành một trào lưu mới.

Những người theo chủ nghĩa phản văn hóa, những người hâm mộ nhạc indie và những ngôi sao của dòng nhạc underground – họ đều là động lực thúc đẩy đằng sau chủ nghĩa tư bản. Họ chính là phần động cơ của cỗ máy.

Những ví dụ trên đưa chúng ta về với vấn đề chính – sự cạnh tranh giữa người tiêu thụ chính là động cơ của chủ nghĩa tư bản.

Tất cả những người sống trên mức nghèo khổ nhưng không thực sự giàu có đều không có lựa chọn nào khác ngoài việc bán sức lao động đổi lấy

những đồng tiền để tồn tại. Giả sử như bạn làm nhân viên bán hàng qua điện thoại, công việc này cho phép bạn có được thức ăn, quần áo và nơi ở, nhưng bạn lại không trực tiếp tham gia vào việc tạo ra, trồng trọt hay săn bắt những thứ bạn cần để tồn tại. Thay vào đó, bạn trao đổi đồng tiền mình kiếm được để nhận lại những thứ trên. Và kết quả là bạn có nhiều thời gian rảnh rỗi và một số lượng tiền thừa ra.

Trước thời đại sản xuất đại trà, giá trị của một con người thường được định nghĩa bởi những sản phẩm, những thứ mà họ trực tiếp tạo ra. Thứ mà con người thời đó sở hữu thường là do tự làm, hoặc do người khác làm bằng tay. Bởi vậy mỗi đồ vật mà họ sở hữu, sử dụng, hay có trong cuộc đời đều mang một ý nghĩa đặc biệt, một sự kết nối với tâm hồn.

Ngày nay thì mỗi người đều đã trở thành một người tiêu thụ và phải mua sắm từ danh sách những lựa chọn giống hệt nhau; điều này đã khiến con người hiện đại chỉ còn cách định nghĩa cá tính của mình thông qua gu thẩm mỹ, qua những lựa chọn thông minh hoặc kỳ quái.

Trong cuộc phỏng vấn với NPR, Christian Lander, tác giả của cuốn *Stuff White People Like*, đã nói bạn luôn cạnh tranh với những người xung quanh bằng cách cố qua mặt họ ở một khía cạnh nào đó. Bạn đạt được địa vị cao bằng cách có gu phim ảnh và âm nhạc tốt hơn, bằng việc sở hữu nhiều món đồ thời trang và nội thất với phong cách khác biệt. Có cả trăm triệu phiên bản cho mỗi đồ vật mà bạn có thể sở hữu, vậy nên bạn có thể thể hiện cá tính của mình thông qua cách bạn tiêu dùng.

Sở hữu các quan điểm khác nhau về phim ảnh, âm nhạc, thời trang, hoặc sở hữu những món đồ kỳ lạ và hay ho là cách mà giới trung lưu chiến đấu để tranh giành nấc thang địa vị xã hội. Họ không thể vượt mặt nhau về khối lượng hàng hóa, bởi đồng lương của họ không kham nổi việc đó, nhưng họ có thể vượt nhau về mặt thị hiếu.

Và bởi vì mọi thứ đều được sản xuất đại trà để phục vụ số đông, nhu cầu tìm kiếm và mua sắm những món đồ độc đáo chính là bàn đạp để những món đồ, những nghệ sĩ và những dịch vụ này vươn đến sự nổi tiếng. Và từ đó, nó sẽ được tiêu thụ một cách đại trà.

Những người theo trường phái hipster<sup>☺</sup> chính là hệ quả trực tiếp của vòng xoáy chủ nghĩa tiêu dùng mới mẻ, độc đáo, mơ hồ, khô hạn và thông minh này. Chuyện này, về bản chất, thực ra rất nực cười, nhưng không giống trào lưu mũ lưỡi trai in tên hãng<sup>☺</sup> hay bia *Pabst Blue Ribbon*<sup>☺</sup>. Nó nực cười ở chỗ chính hành động phản văn hóa nhằm mục đích thoát khỏi thị hiếu chung lại là động lực phát triển của làn sóng văn hóa tiếp theo mà thế hệ sau sẽ tiếp tục đi ngược lại.

“Theo tôi, những người bán mà chẳng có ai mua chính là những người luôn gào lên chỉ trích các sản phẩm đại chúng.”

— Patton Oswalt

Cứ chờ và bạn sẽ thấy thứ vốn là xu hướng một thời sẽ nhanh chóng bị rơi vào quên lãng. Nhưng lúc đó, giá trị của nó sẽ lại tăng trong mắt những người đang tìm kiếm sự mới mẻ, sự thông thái, hay sự mĩa mai. Giá trị của nó tại thời điểm đó sẽ không phải là giá trị thực. Bản thân nó không mang nhiều giá trị bằng đánh giá của xã hội về cách mà nó được tìm ra, hay lý do mà nó được sở hữu. Và một khi lượng người gia nhập xu hướng này đủ lớn, giống như những gì đã xảy ra với những chiếc kính gọng siêu to hay vòng tay cao su, giá trị của việc sở hữu hay theo đuổi chúng sẽ một lần nữa giảm đi, và cuộc tìm kiếm mới sẽ lại bắt đầu.

Bạn sẽ luôn cạnh tranh như vậy không cần biết cấu trúc xã hội thế nào. Cạnh tranh giành địa vị xã hội vốn là thứ được lập trình sẵn trong hệ thống sinh học của con người. Những người nghèo cạnh tranh bằng lượng tài

nguyên họ có thể khai thác. Những người trung lưu cạnh tranh thông qua sự lựa chọn. Còn những người giàu có thì cạnh tranh bằng sự sở hữu.

Bạn đã bị bán rẻ từ rất lâu rồi, bằng cách này hay cách khác. Việc bạn đã bán cho ai, và bạn thu được gì chỉ đơn giản là những tiểu tiết thôi.

## THIÊN KIẾN TỰ ĐỀ CAO

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn tự đánh giá bản thân một cách khách quan qua những thành công và thất bại trong quá khứ.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn luôn tìm lý do biện hộ cho sự thất bại của bản thân, và tự cho mình là thành đạt hơn, thông minh hơn, giỏi giang hơn so với con người thực.

---

Trong những ngày đầu của bộ môn tâm lý học, có một quan niệm khá phổ biến trong ngành. Đó là tất cả mọi người đều có lòng tự trọng thấp, đều mặc cảm tự ti, và đều mắc chứng ghét bỏ chính mình. Những quan niệm cũ kỹ này vẫn còn vang vọng trong tâm thức của công chúng; tuy nhiên, đó là những quan niệm hoàn toàn sai lầm. Những nghiên cứu được thực hiện trong vòng 50 năm qua đã cho thấy một sự thật hoàn toàn khác. Ngày qua ngày, bạn luôn nghĩ rằng mình thật tuyệt vời, rằng mình tốt hơn rất nhiều so với con người thực.

Điều này là tốt. Lòng tự trọng, mặc dù chủ yếu xuất phát từ sự tự lừa dối bản thân, nhưng lại có tác dụng rất quan trọng. Bạn được lập trình sinh học để tự nghĩ tốt về mình nhằm tránh sự đình trệ. Nếu thử ngồi lại và thực sự soi xét bản thân qua những khuyết điểm và lỗi lầm, bạn sẽ dễ dàng bị tê liệt bởi nỗi sợ và sự nghi ngờ. Và thực tế là thỉnh thoảng, cỗ máy cổ vũ bản thân trong tâm trí bạn bỗng nhiên dừng lại. Những lúc này bạn cảm thấy chán nản và có thể bị rơi vào trầm cảm. Bạn đặt dấu hỏi về bản thân và khả

năng của chính mình. Thường thì những thời điểm này sẽ trôi qua khi hệ miễn dịch tâm lý của bạn đánh đuổi được những cảm xúc tiêu cực. Tại một số nơi, ví dụ như nước Mỹ hiện đại, cỗ máy cỗ vũ bản thân lại được tiếp nhiên liệu bởi nền văn hóa mang màu sắc của chủ nghĩa biệt lệ<sup>⊙</sup>.

Tuy nhiên xu hướng luôn coi bản thân trên mức trung bình cũng không phải là tốt. Nếu bạn không bao giờ nhìn ra những sai lầm, những lúc mà bạn cư xử tệ bạc với bạn bè, hay hành xử như một tên khốn, bạn sẽ dễ dàng tự phá hỏng nhân cách của bản thân mà chẳng hề nhận ra điều đó.

Trong những năm 1990, đã có rất nhiều nghiên cứu nhắm tới việc xác định mức độ ảo tưởng của con người khi thất bại hay thành công. Kết quả của những nghiên cứu này cho thấy bạn thường có xu hướng nhận công khi thành công, nhưng khi thất bại thì lại hay đổ lỗi cho vận rủi, luật lệ bất công, hướng dẫn khó hiểu, cấp trên không tốt, hay những kẻ ăn gian. Khi làm tốt thì đó là công sức của bạn. Nhưng khi mọi thứ trở nên tồi tệ thì đó lại là lỗi của cả thế giới. Bạn có thể thấy kiểu hành xử này trong những trò chơi cạnh tranh, những cuộc đua giành ghế quốc hội, những dự án làm theo nhóm và cả những bài kiểm tra cuối kỳ. Bạn tự nhận công lao về mình bất cứ khi nào mọi việc được như ý, nhưng lại nhanh chóng đổ lỗi cho những điều kiện ngoại cảnh khi gió đổi chiều. Và nếu có thêm yếu tố thời gian thì mọi thứ sẽ còn kỳ lạ hơn. Khi nhìn lại những điều ngu ngốc bạn đã làm hồi trẻ, bạn cho rằng tất cả những quyết định tồi tệ đó đều do con người trước của bạn chịu trách nhiệm. Theo như nghiên cứu của Anne Wilson và Michael Ross vào năm 2001, bạn cho rằng con người trong quá khứ của mình là một tên khờ có gu tồi tệ, nhưng con người hiện tại thì lại rất tuyệt vời và đáng được hưởng nhiều lời ngợi khen hơn nữa.

Kiểu tư duy này cũng lan sang cả cách mà bạn so sánh mình với người khác. Trong vòng 30 năm trở lại đây, các nghiên cứu đã chỉ ra rằng hầu hết

tất cả mọi người đều tự cho là mình có năng lực và trình độ tốt hơn đồng nghiệp, có phẩm chất đạo đức tốt hơn lũ bạn, thân thiện hơn mặt bằng chung của xã hội, thông minh hơn những người đồng trang lứa, có sức hấp dẫn cao hơn mức bình thường, ít định kiến hơn những người cùng sống trong khu vực, trông trẻ hơn những người cùng tuổi, lái xe tốt hơn hầu hết những người mà họ biết, là đứa con vượt trội hơn anh chị em ruột thịt, và sẽ thọ lâu hơn độ tuổi trung bình. (Đọc những dòng trên, hẳn bạn đang tự nghĩ: “Không, tôi chẳng hề cho là mình tốt hơn tất cả mọi người xung quanh!”) Vậy ra là bạn đang nghĩ rằng mình trung thực với bản thân hơn người bình thường? Bạn không thông minh lắm rồi.) Dường như không một ai tin rằng bản thân mình cũng đóng góp vào số liệu của nhóm trung bình. Bạn không tin mình là một người ở mức trung bình, nhưng bạn lại cho rằng mọi người xung quanh đều thuộc nhóm đó. Xu hướng này là một hệ quả của **thiên kiến tự đề cao** (*self-serving bias*), và được gọi là hiệu ứng ảo giác về sự ưu trội.

Bạn là một con người vô cùng vị kỷ cũng giống như tất cả mọi người. Bạn luôn sống trong một thế giới chủ quan, và bởi vậy hầu hết mọi suy nghĩ và hành vi của bạn đều được sinh ra từ những phân tích chủ quan. Những thứ tác động trực tiếp lên cuộc sống hàng ngày của bạn sẽ luôn đáng lưu tâm hơn những thứ xảy ra ở đâu đó xa xôi, hay là ở trong đầu của một ai khác. Khi phải tự nhận định về khả năng hay vị thế của bản thân, chính sự vị kỷ khiến bạn khó có thể thấy mình nằm ở mức trung bình. Bạn cảm thấy ý tưởng đó thật khó chịu và tìm cách để tự xếp mình vào nhóm đặc biệt. Năm 1999, thí nghiệm thực hiện bởi Justin Kruger tại Trường Kinh doanh Stern thuộc Đại học New York đã cho thấy hiệu ứng ảo giác về sự ưu trội có khả năng xuất hiện nhiều hơn khi những người tham gia được báo trước rằng nhiệm vụ họ sắp làm rất dễ dàng. Sau khi bị mời ý tưởng, những người tham gia có xu hướng cho rằng mình đã làm tốt hơn so với mức trung bình.

Ngược lại, khi được biết trước là nhiệm vụ sắp phải làm rất khó khăn, họ lại tự đánh giá bài làm của mình là kém trung bình, mặc dù thực tế không phải như vậy. Không cần biết độ khó thực sự của nhiệm vụ được giao là gì, chỉ cần mỗi trước ý tưởng là đủ để thay đổi quan điểm của người tham gia về khả năng của họ so với mức trung bình tưởng tượng. Để chiến thắng cảm giác thua kém, đầu tiên, bạn cần phải tưởng tượng rằng nhiệm vụ trước mắt mình là một việc dễ dàng. Nếu bạn có thể làm vậy, thì ảo giác về sự ưu trội sẽ nhanh chóng vào cuộc.

Thiên kiến tự đề cao và ảo giác về sự ưu trội không chỉ giới hạn trong những suy nghĩ về khả năng học tập, làm việc, hay thực hiện bất cứ công việc gì của bạn. Bạn còn sử dụng chúng để tự đánh giá về vị trí của bản thân trong các mối quan hệ cũng như trong các tình huống xã hội. Vào năm 1988, Abraham Tesser đã xây dựng **thuyết bảo tồn thông qua sự tự đánh giá** (*self-evaluation maintenance theory*). Theo thuyết này, bạn chú ý tới sự thành công và thất bại của bạn bè nhiều hơn của người lạ. Bạn tự so sánh mình với những người thân cận để đánh giá giá trị của bản thân. Nói cách khác, mặc dù bạn biết Barack Obama và Johnny Depp là những người thành công, nhưng bạn không dùng họ làm thước đo cho cuộc sống của mình. Thay vào đó, bạn thường so sánh với đồng nghiệp, những người bạn học, hay những người bạn đã quen từ lâu. Năm 1993, Ezra Zuckerman và John Jost từ Đại học Stanford đã cho những sinh viên của Đại học Chicago so sánh độ nổi tiếng của mình với các bạn học bằng cách yêu cầu sinh viên liệt kê những người họ coi là bạn, và hỏi rằng họ có nghĩ danh sách của mình dài hơn của các bạn, và dài hơn so mặt bằng chung hay không. Sau đó, họ so sánh câu trả lời của các sinh viên. 35% cho rằng họ có nhiều bạn hơn mức trung bình, 23% tự cho là mình có ít bạn hơn mức đó. Cảm giác hơn-mức-trung-bình này trở nên rõ rệt hơn khi họ so sánh mình với những người quen: 41% cho rằng danh sách của mình dài hơn danh sách của



những người họ coi là bạn, và chỉ 16% cho rằng họ có danh sách ngắn hơn. Như vậy là trung bình mà nói, tất cả mọi người mà bạn biết đều cho rằng họ quảng giao hơn bạn, trong khi bạn thì lại tự cho rằng mình có nhiều bạn bè hơn họ.

Đương nhiên là có những lỗi lầm quá hiển nhiên, kể cả với chính bạn, nhưng bạn sẽ bù đắp lại bằng cách thổi phồng những điểm mà bạn thích nhất ở bản thân. Khi so sánh kỹ năng, thành tựu và các mối quan hệ, bạn có xu hướng nhấn mạnh những mặt tốt và phớt lờ những mặt xấu. Bạn được lập trình là một kẻ nói dối, và bạn nói dối nhiều nhất với chính bản thân mình. Bạn sẽ cố quên đi những thất bại. Nhưng khi đạt được thành công thì không gì có thể ngăn bạn đi khoe khoang với bạn dân thiên hạ. Bạn không thông minh lắm khi phải trung thực với bản thân và với những người yêu thương. Nhưng đừng lo, thiên kiến tự đề cao là thứ giúp bạn vượt qua khó khăn khi cỗ máy tự động viên đã cạn nhiên liệu, và đó là một điều tốt.

## HIỆU ỨNG ÁNH ĐÈN SÂN KHẤU

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Khi ở giữa những người khác, bạn cảm thấy như thể họ đang dõi theo và đánh giá mọi mặt của diện mạo và hành vi của bạn.

### SỰ THẬT LÀ

Người ta chẳng mấy khi để ý tới bạn trừ khi bị buộc phải làm vậy.

---

Bạn làm đổ nước trong một bữa tiệc. Bạn bị dính sốt mù tạt trên áo trắng. Trán bạn nổi mụn vào đúng ngày mà bạn phải thuyết trình. Ôi không! Liệu người ta sẽ nghĩ gì? Khả năng lớn là sẽ chẳng ai nghĩ gì cả. Hầu hết mọi người thậm chí sẽ chẳng nhận ra những điều đó. Và cho dù họ có nhìn thấy đi chăng nữa thì cũng sẽ bỏ qua và quên đi những điểm bất toàn của bạn chỉ trong vòng vài giây.

Bạn vừa giảm được vài cân, hay mua một chiếc quần mới, bạn bước qua ngưỡng cửa mong chờ sự tán dương. Có thể là bạn vừa mới cắt tóc, hay mua một chiếc đồng hồ mới. Bạn bỏ thêm tới 15 phút chỉnh trang trước gương và mong rằng thế giới sẽ chú ý. Bạn bỏ ra quá nhiều thời gian để nghĩ về cơ thể của mình, về những tư duy và hành động của bản thân, nhiều tới mức mà bạn bắt đầu cho rằng những người xung quanh cũng phải nhận ra chúng. Tuy nhiên, các nghiên cứu đã kết luận rằng họ chẳng để ý đâu, ít nhất là không nhiều tới mức như bạn tưởng tượng.

Khi ở trong một nhóm hay ở nơi công cộng, bạn thường nghĩ rằng mọi hành vi nhỏ nhất của mình đều đang nằm dưới ánh mắt sấm soi. Hiệu ứng này còn trở nên lớn hơn khi bạn phải đứng trên sân khấu hoặc đi hẹn hò lần đầu với ai đó. Bạn không thể loại bỏ suy nghĩ mình là trung tâm của vũ trụ. Và bạn khó có thể ước lượng được mức chú ý của người khác đến mình bởi vì bạn để ý đến bản thân mọi lúc. Khi tự nhìn mình từ vị trí của khán giả, bạn cường điệu hóa mọi sai lầm. Bạn không thực sự thông minh khi phải đối mặt với đám đông, bởi vì bạn rất vị kỷ. Thật may làm sao, những người khác cũng vị kỷ y như bạn, và bản thân họ cũng luôn lo lắng rằng mình đang bị những người xung quanh soi xét.

Năm 1996, sau khi nghiên cứu quan điểm về mức độ chú ý mà mọi người cho là hành vi và diện mạo của mình nhận được, Thomas Gilovich từ Đại học Cornell đã cho ra đời định nghĩa về **hiệu ứng ánh đèn sân khấu**. Trong nghiên cứu này, ông đã cho sinh viên mặc áo in hình khuôn mặt tươi cười của Barry Manilow<sup>©</sup> và phải gõ cửa trước khi bước vào một phòng học đầy những sinh viên khác đang ngồi trả lời câu hỏi. Khi bạn muộn học hay muộn làm, hoặc khi bước vào một rạp chiếu phim hay một câu lạc bộ đêm đông đúc, bạn sẽ có cảm giác như thể mọi ánh mắt đều hướng về mình, phán xét và chỉ trích. Những sinh viên tham gia thí nghiệm này đã phải rũ bỏ bộ quần áo thường ngày và mặc những chiếc áo in hình chân dung to tổ chẳng của Barry Manilow đang tươi cười với thế giới. Gilovich đưa ra giả thiết rằng hiệu ứng ánh đèn sân khấu mà họ cảm thấy khi bước vào lớp học sẽ lớn hơn bình thường gấp nhiều lần. Mỗi sinh viên tham gia đều phải làm như vậy, gõ cửa bước vào phòng và tiến tới trao đổi vài câu với một nhà nghiên cứu đang đứng sẵn trong đó. Nhà nghiên cứu sau đó mời cô hay cậu sinh viên đang xấu hổ ngồi xuống, nhưng ngay khi vừa đặt mông xuống thì họ sẽ lại bị dắt ra ngoài để phỏng vấn. Những người tham gia thí nghiệm được yêu cầu ước tính số người đã chú ý tới chiếc áo mà họ mặc. Họ ước

lượng là khoảng một nửa những người ngồi trong phòng đã chú ý và đánh giá cái áo quá xấu. Khi những nhà nghiên cứu yêu cầu sinh viên ngồi sẵn trong phòng miêu tả về người mới gõ cửa bước vào, chỉ khoảng 25% nhắc tới chiếc áo in hình Manilow. Trong tình huống được xây dựng với mục đích thu hút sự chú ý, chỉ có  $\frac{1}{4}$  số người quan sát để mắt tới trang phục kỳ lạ, không phải là một nửa như bản thân những đối tượng bị quan sát ước tính. Gilovich đã lặp lại thí nghiệm này, nhưng cho phép đối tượng tham gia được chọn những chiếc áo thời trang hơn, in hình Jerry Seinfeld, Bob Marley, hay Martin Luther King Jr. Và con số ước tính vẫn giữ nguyên. Họ cho là khoảng một nửa những người trong phòng ắt phải chú ý tới chiếc áo tuyệt vời họ đang mặc. Nhưng theo kết quả thu được thì chỉ có ít hơn 10% số người trong phòng đã thực sự để ý. Điều này cho thấy rằng mặc dù hiệu ứng ánh đèn sân khấu tác động rất mạnh lên cả hình ảnh tích cực lẫn tiêu cực của bạn, nhưng thực tế là thế giới lại chẳng buồn bận tâm dù bạn có cố gắng trông thật bảnh bao. Gilovich thậm chí đã lặp lại thí nghiệm này trên một con phố đông đúc ở New York, và mặc dù những đối tượng tham gia cảm thấy như bị một chiếc đèn pha khổng lồ chiếu vào và mọi ánh mắt đều đang đổ dồn về phía họ, nhưng thực chất là chẳng mấy ai chú ý cả.

Hiệu ứng ánh đèn sân khấu khiến bạn tin rằng cả thành phố sẽ nhận ra khi bạn lái một chiếc xe mới đắt tiền. Không, họ chẳng để ý đâu. Thử nhớ lại xem lần cuối bạn nhìn thấy một chiếc siêu xe, bạn có để ý nó xem tài xế là ai không? Mà liệu bạn có nhớ nổi lần cuối bạn nhìn thấy một chiếc siêu xe là khi nào không? Cảm giác này xuất hiện trong cả những tình huống khác nữa. Giống như khi bạn chơi trò Rock Band, hát karaoke, hay làm bất kỳ điều gì tưởng chừng như ở trung tâm của sự chú ý, bạn có xu hướng cảm thấy mọi thành công hay sai sót của mình đều bị soi xét, ghi lại và đánh giá. Thực tế thì không phải vậy.

Bạn sẽ xin lỗi, hay là tự làm trò hề để xoa dịu tình huống, nhưng thật ra điều đó cũng không quan trọng. Năm 2001, Gilovich đã cho một số người chơi trò chơi điện tử đối kháng và tự đánh giá về mức độ chú ý của đồng đội và đối phương lên những gì họ làm. Kết quả cho thấy rằng khi chơi game thì người chơi sẽ chủ yếu tập trung vào hành động của chính mình mà không mấy để ý tới người khác. Mặc dù vậy, họ lại nghĩ rằng những người chơi cùng cũng theo dõi cả họ nữa.

Các nghiên cứu cho thấy dù mọi người vẫn tin rằng những gì họ nói ra đều rất đáng nhớ, sự thật lại không như vậy. Bạn tin rằng tất cả mọi người đều sẽ nhận ra khi bạn mắc lỗi lúc nói chuyện, nhưng họ chẳng để ý mấy đâu. Trừ khi bạn gây sự chú ý bằng việc xin lỗi một cách quá đà.

Lần tới khi bạn mọc mụn trên trán, hay mới mua một đôi giày, hay vừa mới đăng một dòng tweet về một ngày nhàm chán của mình, đừng trông chờ có ai để ý. Bạn không thực sự thông minh mà cũng chẳng đặc biệt lắm đâu.

## HIỆU ỨNG NGƯỜI THỨ BA

### BẠN VẤN TƯỞNG

Quan điểm và quyết định của bản thân bạn là sản phẩm dựa trên kinh nghiệm thực tế và những kiến thức đã được kiểm định, còn những người phản đối bạn đang rơi vào bẫy của những lời nói dối và công tác tuyên truyền từ các nguồn mà bạn không tin tưởng.

### SỰ THẬT LÀ

Mọi người đều nghĩ người đang bất đồng ý kiến với mình là một người cả tin, còn bản thân mình thì là một người không dễ bị thuyết phục, trong khi thực tế thì lại rất khác.

“Mình có thể ngay lập tức nhận ra lời nói dối của chính khách kia. Mọi người thật là ngu ngốc. Họ cứ ngây ngô như bầy cừu vậy. Họ tin sái cổ vào bất kỳ điều gì mà ông ta nói. Mình thích được lãnh đạo hơn là chỉ làm một kẻ theo sau.”

Đã bao giờ bạn nghĩ như vậy chưa? Bạn có ngạc nhiên không khi biết rằng tất cả mọi người đều có suy nghĩ hệt như vậy?

Tất cả mọi người đều tin rằng bản thân mình là một người biết suy nghĩ, không cả tin và không dễ bị xoay chuyển bởi quảng cáo, bởi lời lẽ tuyên truyền chính trị đẹp đẽ, hay là bởi những kẻ lừa đảo đầy quyền rũ. Nếu vậy thì phải có ai đó đang bị ảo tưởng chứ. Và đôi khi đó chính là bạn.

Một lượng lớn trong vô số những thông điệp mà bạn gặp hàng ngày có thể bị coi là nguy hiểm bởi chúng có khả năng thay đổi ý kiến hoặc là xâm nhập vào tâm trí của người khác và dần dà ảnh hưởng tới hành vi của họ.

Chúng có thể tới từ đủ mọi nguồn, từ những trò chơi điện tử bạo lực cho tới các chương trình thảo luận chính trị ban đêm. Mỗi một nguồn thông tin đều sẽ bị một số lượng người nào đó coi là nguy hiểm, không phải bởi vì chúng tác động lên họ, mà bởi chúng có thể ảnh hưởng lên suy nghĩ và quan điểm của một bên thứ ba tưởng tượng nào đó. Cảm giác về sự cảnh giác loại này được gọi là **hiệu ứng người thứ ba** (*third person effect*).

Sống trong thời hiện đại, bạn luôn bị tấn công bởi hàng loạt những thông điệp truyền thông mỗi ngày, nhưng lại luôn nghĩ rằng mình ít bị ảnh hưởng hơn so với những người khác. Bạn cho rằng bằng cách nào đó bạn đã miễn dịch trước những thông điệp này, bởi vậy không có gì đáng lo cả. Nhưng bạn lại không thể tin tưởng sức đề kháng của những người xung quanh, và bởi vậy, bạn tin rằng có một số nguồn thông tin cần phải được kiểm soát. Thậm chí có thể bạn còn nghĩ rằng một số thông điệp cần phải bị kiểm duyệt cắt bỏ, không phải vì lợi ích của bạn, mà là để chúng không gây ảnh hưởng lên những người khác.

Vậy ai là *những người khác*? Định nghĩa này sẽ thay đổi tùy vào tình huống cụ thể. Đó có thể là trẻ em, học sinh trung học, sinh viên đại học. Đó có thể là những người theo phe dân chủ hoặc bảo thủ. Đó có thể là những người già, người có thu nhập trung bình, những kẻ siêu giàu. Bất kỳ nhóm nào mà bạn không thuộc về đều có thể trở thành nhóm người dễ bị tác động bởi thông điệp mà bạn đang phản đối.

Hàng loạt nghiên cứu từ những ngày đầu của bộ môn tâm lý học cho tới nay đã hé lộ ra nhiều cách mà những lời thuyết phục ẩn thực sự tác động lên con người. Như bạn đã đọc trong những chương về môi tiềm thức và sự tự nghiệm cảm xúc, gần như mọi thứ mà bạn được nghe hoặc thấy đều có tác động lên hành vi và suy nghĩ của bạn theo cách nào đó. Tuy nhiên bạn lại

chỉ công nhận sự tồn tại của tác động này với người khác chứ không phải với bản thân.

Năm 1983, W. Phillips Davison đưa ra định nghĩa về hiệu ứng người thứ ba. Ông nhận thấy rằng một số người coi những thông điệp trên truyền thông như là mệnh lệnh hành động, không phải bởi ý nghĩa của nó, mà bởi những đối tượng có thể tiếp cận thông điệp đó. Ông nói hiệu ứng người thứ ba này là nguyên nhân trực tiếp dẫn đến cơn cuồng nộ của các nhà lãnh đạo tôn giáo trước những *lời tuyên truyền phỉ báng* và sự khó chịu của các chính khách trước những bài phát biểu về *nỗi sợ bất đồng chính kiến*. Không chỉ có vậy, Davison còn coi việc kiểm duyệt thông tin xuất phát từ niềm tin cho rằng một số thông điệp có thể tác động xấu tới những *tâm hồn nhạy cảm*. Hai người xem lại và nghiên cứu sâu hơn về vấn đề này sau Davison là Richard M. Perloff vào năm 1993 và Bryant Paul vào năm 2000. Perloff và Paul phát hiện ra rằng hiệu ứng người thứ ba sẽ càng được khuếch đại nếu bạn có sẵn thành kiến xấu về nguồn tin, hoặc cho rằng thông điệp đó là về thứ mà bạn không thực sự quan tâm. Tóm gọn lại là từ những nghiên cứu của họ, ta có thể rút ra rằng hầu hết mọi người đều tin mình không thuộc đa số.

Bạn không muốn tin rằng mình dễ bị thuyết phục, và một cách để giữ vững niềm tin này là cho rằng những lời thuyết phục đó đều nhắm tới những đối tượng khác chứ không phải là bạn. Nếu không thì làm sao mà chúng có thể có hiệu quả cơ chứ? Bạn nghĩ rằng mấy mẫu quảng cáo bánh burger phô mai là dành cho lũ béo phì không có khả năng tự kiềm chế, cho tới khi bản thân bạn đói cồn ruột và phải lựa chọn giữa hai nhà hàng đồ ăn nhanh. Bạn cho rằng mấy bảng quảng cáo rượu nhắm tới những tên hipster chỉ biết chạy theo mốt, cho tới khi anh chàng đứng quầy bar trong bữa tiệc Giáng sinh ở văn phòng hỏi bạn muốn uống gì. Bạn tin rằng những thông báo nhắc nhở về sự nguy hiểm của việc nhắn tin trong khi lái xe là dành cho



những người khác chứ không phải bạn, cho tới khi bạn cảm thấy hơi xấu hổ lúc vói tay lấy điện thoại để trả lời email trong lúc chờ đèn đỏ.

Khi bạn theo dõi tin tức từ kênh thời sự ưa thích, đọc tờ báo hay trang blog quen thuộc, bạn thường có xu hướng tin rằng mình biết suy nghĩ độc lập. Bạn có thể bất đồng ý kiến với người khác trong một số vấn đề, nhưng luôn tự cho rằng mình là một người có đầu óc cởi mở, là một người luôn xem xét thực tế và tìm hiểu thông tin khách quan trước khi phân tích và đưa ra kết luận. Trong khi đó, phía bên kia của màn hình TV, một đội quân hùng hậu bao gồm những nhà sản xuất, những nhà thiết kế chương trình hoạt động dựa trên những con số thống kê, những đánh giá nhân khẩu học vốn có khả năng nhìn xuyên thấu hiệu ứng người thứ ba, tất cả đều nhằm mục đích khiến bạn tiếp tục tin rằng bản thân mình không giống như những người xem loại chương trình truyền hình đang được trình chiếu. Bạn thường tin rằng mình không giống với những người cùng sống trong thành phố, hay những người bạn cùng trường, hay đồng nghiệp cùng văn phòng, v.v. Bạn là độc nhất. Một mình bạn nhảy riêng một điệu. Tuy nhiên bạn lại không nhận ra rằng bằng việc sống trong thành phố đó, đi học trong trường đó, làm việc trong văn phòng đó, bạn chính là loại người mà bạn cho rằng mình không phải. Nếu thực sự không phải vậy, bạn đã là một con người khác, sống ở nơi khác, học ở trường khác, làm công việc khác. Có thể bạn đang tự nhủ: “Thực ra tôi buộc phải ở đó, tôi không có lựa chọn nào khác.” Nhưng bạn đang lừa dối sự thật là những người xung quanh cũng đang sử dụng lời bào chữa y hệt.

Hiệu ứng người thứ ba không chỉ xuất hiện khi bạn phải đối diện với các quảng cáo hay các vấn đề chính trị. Chắc chắn sẽ có rất nhiều người khi đọc hay nghe về những ảo tưởng hay thiên kiến nhận thức được đề cập đến trong cuốn sách này nghĩ rằng chúng chỉ tác động lên người khác thôi chứ bản thân họ thì miễn nhiễm.

Hiệu ứng người thứ ba là một phiên bản khác của thiên kiến tự đề cao. Bạn tự bào chữa cho những thất bại của mình, tự thấy mình là một con người thành công hơn, thông minh hơn và khéo léo hơn thực tế. Những nghiên cứu về thiên hướng tự đề cao cho thấy các đối tượng tham gia thường tự đánh giá rằng mình giỏi hơn đồng nghiệp, lái xe tốt hơn một người bình thường, hấp dẫn hơn một người cùng tuổi, và có khả năng sống lâu hơn những người đã lớn lên cùng họ. Và cứ như vậy, đa số mọi người cũng tự tin rằng mình khó bị mắc lừa hơn số đông. Nhưng hãy nhớ rằng bạn không thể thuộc thiếu số trong tất cả mọi mặt được.

Khi mà hiệu ứng người thứ ba khiến bạn coi thông tin nào đó là an toàn, hãy thử lui lại một bước và nghĩ về các thông điệp mà những người xung quanh cho là đang tẩy não bạn, và tự hỏi xem bạn có muốn những thứ đó cũng bị kiểm duyệt cắt bỏ không.

# THANH TÂY

## BẠN VẪN TƯỞNG

Trút xả cơn giận là cách hiệu quả để giảm stress và tránh việc giận cá chém thớt lên bạn bè và người thân.

## SỰ THẬT LÀ

Qua thời gian, xả giận sẽ làm tăng những hành vi hung hăng.

Hãy cứ xả hết ra đi.

Khi bị dồn nén bên trong, cơn giận sẽ lên men và lan rộng, âm ỉ phát triển như một khối u cho tới khi bạn đâm thủng một lỗ trên tường, hoặc đập cửa xe hơi mạnh tới nỗi vỡ hết cả kính.

Bạn không nên để những suy nghĩ đen tối dồn nén trong tim vì chúng có thể trở nên dữ dội và mạnh mẽ hơn, rồi chúng sẽ biến thành một ngọn núi lửa của những điều tiêu cực chỉ chực phun trào bất kỳ lúc nào.

Hãy đi mua một quả bóng cao su và bóp nó thật chặt. Dùng cả hai tay mà *bóp chết* sự sống tưởng tượng của quả bóng đó đi. Hãy đi tới phòng tập và xả giận vào bao cát. Bắn vài nhân vật trong trò chơi điện tử. Hay úp mặt vào gối mà hét thật to.

Cảm thấy đỡ hơn chưa? Chắc chắn rồi. Xả giận mang lại cảm giác thật tuyệt.

Vấn đề là ở chỗ ngoài điều đó ra thì nó chẳng mang lại gì nhiều cả. Mà thực ra, nó có thể khiến mọi việc tồi tệ hơn thông qua sự mệt mỏi tiềm thức

khiến hành vi của bạn trong tương lai bị ảnh hưởng.

Khái niệm về **sự thanh tẩy** (*catharsis*) đã có từ thời đại của Aristotle và những vở kịch kinh điển Hy Lạp. Bản thân từ *catharsis* có nguồn gốc từ *kathairein* trong tiếng Hy Lạp mang ý nghĩa *tẩy rửa, làm sạch*. Aristotle đã dùng luận điểm về việc trút xả những năng lượng bị dồn nén và những luồng khí tiêu cực trong cơ thể để phản bác lại Plato – người cho rằng thi ca và nhạc kịch ảnh hưởng xấu tới người xem, bơm vào họ những thứ cảm xúc ngờ nghệch, vô dụng, và khiến họ trở nên mất cân bằng. Aristotle thì lại có quan điểm hoàn toàn ngược lại; ông cho rằng bằng việc xem các nhân vật trải qua khó khăn, hay giành chiến thắng, khán giả có thể giải phóng nỗi buồn qua dòng nước mắt hay cảm nhận sự hưng hực khí thế do testosterone tạo ra. Họ có thể tự cân bằng trái tim của mình thông qua việc giải phóng và thanh tẩy những cảm xúc đó. Điều này có vẻ có lý, và đó là lý do tại sao mà nó đã đeo bám suy nghĩ của con người rất lâu trước cả thời đại của những nhà triết học lỗi lạc này.

Tìm được cách để giải tỏa ham muốn là tốt. Buồn nôn mà nôn được thì sẽ nhẹ người hơn. Nhịn mãi rồi cũng được vào nhà vệ sinh để giải quyết là một cảm giác tuyệt vời. Cho dù giải pháp là buổi trừ tà đuổi quỷ hay là viên thuốc xổ, thì bản chất của vấn đề vẫn như nhau: Giải phóng những thứ tòi tẽ ra ngoài và bạn sẽ trở lại bình thường. Cân bằng những thái cực cảm xúc – hỉ, nộ, ái, ố – từ Hippocrates cho tới những tay cao bồi miền viễn Tây đều coi đó là nền móng cho những bài thuốc chữa bệnh của mình. Và cách để có được sự cân bằng ấy thường liên quan tới việc xả bớt thứ gì đó ra.

Giờ ta sẽ tua nhanh tới thời của Sigmund Freud.

Trong khoảng những năm cuối thế kỷ 19 và đầu thế kỷ 20, Freud là một siêu sao trong giới khoa học cũng như trong văn hóa đại chúng. Các công trình của ông có ảnh hưởng lớn tới mọi mặt, từ chính trị cho tới quảng cáo,

kinh doanh và nghệ thuật. Nghiên cứu về trí não con người trong khoảng thời gian này vừa khó khăn lại vừa kỳ thú bởi cơ sở vật chất và các công cụ hỗ trợ đều rất thiếu thốn. Điều này cũng giống như việc làm nhà thiên văn từ trước khi kính viễn vọng được phát minh vậy. Những ngôi sao tâm lý học nổi lên trong thời kỳ này đạt được danh tiếng thông qua những lý thuyết phức tạp về hoạt động của tâm trí con người và nguồn gốc của những suy nghĩ. Và bởi vì vào thời điểm đó, tâm trí con người là thứ hoàn toàn không thể quan sát được, những nhà lý thuyết này đã chẳng có nhiều dữ liệu để dựa vào. Họ sử dụng triết lý và phỏng đoán cá nhân để lấp những chỗ trống đó. Nhờ Freud, lý thuyết về sự thanh tẩy và liệu pháp tâm lý đã trở thành một phần trong bộ môn tâm lý học. Theo nhận định của ông, sức khỏe tinh thần có thể được củng cố thông qua việc lọc bỏ những vấn đề trong tâm trí với sự trợ giúp của bác sĩ trị liệu. Freud tin rằng tâm trí của bạn có thể bị đầu độc bởi những nỗi sợ và ham muốn bị kìm nén, những tranh cãi không được giải quyết, và những nỗi đau không được chữa lành. Từ đó tâm trí tạo nên chứng sợ hãi và sự ám ảnh xung quanh những mảnh tâm lý này. Bạn sẽ cần phải lục lọi trong đó, tìm và mở ra những ô cửa sổ để cho không khí thoáng mát cùng với ánh nắng tràn vào.

Mô hình thủy lực của sự giận dữ, đúng như tên gọi của nó, miêu tả rằng những cơn giận sẽ lớn dần lên trong tâm trí cho tới khi bạn xì bót hơi ra. Nếu bạn không xả bót áp suất thì nỗi hơi sẽ phát nổ. Nghe có vẻ rất hợp lý. Bạn thậm chí cũng có thể nhìn lại quá khứ và nhớ về những lúc mình mất kiểm soát, đâm vào một bức tường hay đập vỡ bát đĩa. Và dường như những điều này đã thực sự làm cho mọi việc trở nên tốt hơn. Nhưng mà bạn chẳng thông minh lắm đâu.

Trong khoảng những năm 1990, nhà tâm lý học Brad Bushman tới từ bang Iowa đã quyết định nghiên cứu xem việc xả giận có thực sự hữu hiệu hay không. Đây là khoảng thời gian mà những cuốn sách tự lực (*self-help*)

đang rất thịnh hành, và lời khuyên chủ đạo của chúng trong việc kiểm soát cơn giận là đắm vào những vật vô tri hoặc úp mặt vào gối mà la hét.

Bushman, cũng giống như nhiều nhà tâm lý học trước đó, cảm thấy đây có thể là những lời khuyên tệ.

Trong một thí nghiệm của mình, Bushman đã chia 180 sinh viên thành ba nhóm. Nhóm thứ nhất đọc những bài viết trung tính. Nhóm thứ hai đọc những nghiên cứu giả chứng minh rằng xả giận là hiệu quả. Nhóm cuối cùng thì được đọc rằng xả giận chẳng có nghĩa lý gì. Sau đó Bushman yêu cầu các sinh viên phải viết bài luận về việc ủng hộ hay phản đối việc phá thai, một vấn đề nhạy cảm, có khả năng gây cảm xúc mạnh. Ông phổ biến rằng bài luận của họ sẽ được chấm chéo, nhưng thực chất thì không phải vậy. Một nửa số bài sẽ được chấm điểm rất cao, nửa còn lại sẽ có dòng viết: “Đây là bài luận tệ nhất mà tôi từng đọc!” Sau đó Bushman cho phép các sinh viên tham gia lựa chọn một trong số các hoạt động như chơi điện tử, xem phim hài, đọc một mẫu chuyện, hoặc đắm bao cát. Kết quả ra sao ư? Những người bị chọc giận bởi cách chấm bài thuộc nhóm được phổ biến rằng xả giận là một hành động hiệu quả có xu hướng lựa chọn việc đắm bao cát cao hơn rất nhiều so với những người cũng bị chọc giận ở những nhóm khác. Tất nhiên là trong cả ba nhóm thì những người nhận kết quả tốt đều có xu hướng chọn những hoạt động không mang tính bạo lực.

Vậy có nghĩa là niềm tin vào sự thanh tẩy lại làm tăng bạo lực trong bạn. Bushman đã quyết định làm mạnh tay hơn bằng cách thử cho những con người đang giận dữ có cơ hội báo thù. Ông muốn xác minh xem việc xả giận thông qua những hành động thanh tẩy có làm nguôi đi cơn giận dữ như thể nó được thực sự giải phóng khỏi tâm trí hay không. Thí nghiệm lần này về cơ bản cũng giống như lần trước, chỉ khác là những người nhận được bài luận bị chê tiếp tục được chia làm hai nhóm. Cả hai nhóm đều được phổ biến rằng họ sẽ được tranh tài với người đã chấm điểm mình. Nhóm thứ

nhất thì được cho xả giận bằng cách đấm bao cát, trong khi nhóm thứ hai thì chỉ được ngồi chờ 2 phút. Sau khi đấm bao và chờ đợi, cuộc tranh tài sẽ diễn ra. Trò chơi vô cùng đơn giản: bấm nút càng nhanh càng tốt. Nếu chậm tay hơn, bạn sẽ phải bị tiếng còi rất to dội thẳng vào mặt, còn nếu thắng thì đối thủ của bạn sẽ bị thổi còi. Ngoài ra bạn còn được phép chọn mức âm lượng cho tiếng còi sẽ dội vào mặt đối thủ trong khoảng từ 0 tới 10, mức 10 tương đương với 105 decibel<sup>Ⓢ</sup>. Bạn có thể dự đoán được kết quả không? Trung bình, nhóm được đấm bao cát để xả giận đã chọn mức âm lượng 8,5 để trả thù những người chằm bài cho họ, trong khi nhóm ngồi chờ chỉ đặt ở mức trung bình là 2,47. Vậy có nghĩa là những người giận dữ chẳng hề xả được cơn giận qua việc đấm bao cát. Ngược lại, hành động đó còn giữ cho cơn giận cháy lâu hơn. Trong khi đó thì những người ngồi nghỉ lại có xu hướng mất đi ham muốn trả thù. Trong một thí nghiệm tương tự được thực hiện sau này cho phép những người tham gia lựa chọn lượng tương ớt cho lên thức ăn dành cho người đã làm họ giận, nhóm đấm bao cát đã đổ một đồng ớt trong khi những người ngồi chờ thì không làm vậy. Khi được cho điền chữ cái vào chỗ trống cho từ *ch\_\_e*, những người đã đấm bao cát có xu hướng điền là *choke* (bóp cổ) thay vì *chase* (truy đuổi).

Bushman đã theo đuổi nghiên cứu này trong một thời gian dài, và các thí nghiệm đều cho kết quả giống nhau. Nếu bạn nghĩ rằng việc thanh tẩy và xả giận là tốt, bạn sẽ có xu hướng làm những việc bạo lực khi giận dữ. Kể cả sau khi xả giận, bạn vẫn cảm thấy giận dữ và càng dễ tiếp tục thực hiện những hành vi hung hãn. Nó như là thuốc phiện vậy, bởi vì nó là hệ quả của những chất dẫn truyền thần kinh cùng với những tác nhân củng cố hành vi. Nếu bạn đã quen với việc trút giận thay, bạn sẽ trở nên phụ thuộc vào nó. Bởi vậy cách tiếp cận hiệu quả hơn đơn giản là hãy dừng lại. Hãy nhắc bỏ cơn giận của bạn ra xa bếp lửa.

Những nghiên cứu của Bushman cũng bác bỏ quan điểm điều hướng cơn giận vào các hoạt động thể chất là giải pháp hiệu quả. Ông nhận định rằng điều đó sẽ chỉ càng giữ cho cơn giận dữ cháy lâu hơn, làm tăng sự hưng phấn trong tâm trí bạn. Có thể sau khi xả giận, bạn sẽ còn trở nên hung bạo hơn so với khi chỉ ngồi yên và bình tĩnh lại. Tất nhiên là việc hạ hỏa hoàn toàn khác với việc trốn tránh cơn giận. Bushman khuyên rằng khi cảm thấy giận dữ, đừng phản ứng tức thời, hãy thả lỏng thư giãn, hoặc tự đánh lạc hướng bản thân bằng các hoạt động hoàn toàn không liên quan và không mang tính bạo lực.

Khi bạn tham gia vào một cuộc khẩu chiến, khi ai đó tạt đầu bạn ở trên đường, khi bạn bị chửi bới, xả giận không thể làm tan biến những năng lượng tiêu cực trong bạn. Tuy nhiên nó lại mang tới cảm giác hưng phấn tuyệt vời. Và đó chính là vấn đề. Thanh tẩy cảm xúc bằng cách này sẽ làm bạn cảm thấy tốt, nhưng nó là một vòng tròn luân quần. Những cảm xúc khiến bạn tìm kiếm sự thanh tẩy vẫn sẽ lưu lại, và nếu sự thanh tẩy khiến bạn cảm thấy tuyệt vời, bạn sẽ tiếp tục tìm tới nó trong tương lai – như một con nghiện.



## HIỆU ỨNG THÔNG TIN SAI LỆCH

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Ký ức có thể được tua lại như một cuộn phim vậy.

### SỰ THẬT LÀ

Ký ức được tạo dựng bởi những thông tin có sẵn. Điều đó khiến nó rất dễ bị ảnh hưởng bởi những yếu tố trong thời điểm hiện tại.

---

Trong buổi tụ họp, một người bạn của bạn kể lại câu chuyện về cái ngày mà hai đứa cùng ngồi xem *Cool Hand Luke* và quyết định thi xem ai có thể ăn nhiều trứng luộc hơn. Bạn mới ăn được 5 quả mà đã thấy buồn nôn nên thề rằng từ đó về sau sẽ không bao giờ ăn trứng luộc nữa. Hai người cùng cười, nâng ly để nhớ về thời niên thiếu đại dột, và rồi một người bạn khác cắt ngang: “Không, đó là tao chứ. Mày thậm chí còn chẳng có mặt hôm đó mà.”

Đầu óc bạn quay cuồng lật giở những trang ký ức. Bạn lục tìm trong danh mục những hình ảnh xác minh xem liệu có phải mình đã mất trí rồi không. Nhưng bạn lại chẳng thể tìm được một chứng cứ cụ thể nào để quyết định xem câu chuyện của ai mới là chính xác. Rốt cuộc ai là người đã ăn hết 5 quả trứng đó?

Chắc chuyện sẽ không tệ tới mức đó, nhưng bạn cũng phải công nhận là thỉnh thoảng sẽ có người kể một câu chuyện chứa những điểm khác xa với

ký ức của bạn. Những chi tiết mà họ cho thêm vào lọt qua bộ máy xử lý thông tin trong trí óc bạn. Khi bạn nhận ra điều đó, giống như ở ví dụ trên, bạn sẽ cảm thấy bất an, bởi vì bình thường thì bạn chẳng hề nhận ra điểm bất bình thường trong khả năng xây dựng lại ký ức của bản thân. Ký ức của bạn không chỉ bị ảnh hưởng bởi người khác, nó còn thường xuyên được bạn thêm mắm thêm muối bằng cách bỏ qua những chi tiết bất hợp lý, sắp đặt lại thứ tự thời gian, hay sáng chế ra những bối cảnh. Tuy nhiên bạn lại chẳng mấy khi nhận ra điều đó cho tới lúc ngồi xem lại một đoạn video cũ, hay nghe chuyện từ góc nhìn của người khác. Bạn thường cho rằng ký ức của mình giống như một bộ phim với kết cấu liền mạch và hợp lý. Nhưng thử nghĩ về bộ phim gần nhất mà bạn mới xem ngoài rạp đi, bạn có thể nhớ được bao nhiêu phần trong đó? Liệu bạn có thể nhắm mắt và gọi lại một cách hoàn hảo mọi chi tiết của mọi khung cảnh, mọi câu hội thoại giữa các nhân vật không? Tất nhiên là không rồi! Vậy tại sao bạn lại cho rằng mình có khả năng đó với cuộn phim của cuộc đời mình?

Giờ lấy một tờ giấy và một cây bút ra và chuẩn bị viết nhé. Phải thật chú tâm nhé. Sẽ rất vui đó.

Xong chưa?

Giờ thì bạn hãy đọc to các từ sau một lần duy nhất, và sau đó hãy thử viết lại càng nhiều càng tốt. Tất nhiên là khi viết thì bạn không được phép nhìn vào trang sách này nữa. Khi nào cảm thấy rằng bạn đã viết hết các từ thì hãy đọc tiếp nhé.

Sẵn sàng chưa?

**BẮT ĐẦU!**

cửa, tấm kính, màn che, bậc cửa, ngưỡng cửa, căn nhà, mở, rèm, khung gỗ, khung cảnh, cơn gió, trượt mở, song sắt, cửa chớp

Xong chưa? Giờ hãy nhìn vào danh sách bạn vừa viết và so sánh với sách xem. Bạn làm tốt không? Bạn đã viết được hết tất cả các từ chứ? Liệu có phải bạn vừa viết thêm cả từ cửa sổ vào không? Nếu được thực hiện một cách chính xác và không ăn gian, sẽ có tới 85% số người nhớ rằng đã nhìn thấy từ *cửa sổ* trong danh sách. Nhưng nó không hề có mặt ở đó. Vậy nên nếu trong danh sách bạn viết có từ *cửa sổ*, bạn vừa mới tự tạo nên một ký ức giả qua **hiệu ứng thông tin sai lệch** (*the misinformation effect*).

Năm 1974, Elizabeth Loftus tại trường Đại học Washington đã thực hiện một nghiên cứu. Trong nghiên cứu này, bà cho những người tham gia được xem những đoạn phim quay cảnh đâm xe. Sau đó bà yêu cầu họ ước tính tốc độ của những chiếc xe trong đoạn phim, tuy nhiên những người tham gia đã được chia thành các nhóm với những yêu cầu sử dụng từ ngữ khác nhau. Dưới đây là các câu hỏi đó:

1. Ước lượng tốc độ của những chiếc xe khi chúng **lao** vào nhau.
2. Ước lượng tốc độ của những chiếc xe khi chúng **đâm** vào nhau.
3. Ước lượng tốc độ của những chiếc xe khi chúng **va** vào nhau.
4. Ước lượng tốc độ của những chiếc xe khi chúng **đụng** vào nhau.
5. Ước lượng tốc độ của những chiếc xe khi chúng **chạm** vào nhau.

Và đây là câu trả lời trung bình của mỗi nhóm tương ứng với yêu cầu trên:

1. “Lao vào nhau” – 40,8 dặm/giờ
2. “Đâm vào nhau” – 39,3 dặm/giờ
3. “Va vào nhau” – 38,1 dặm/giờ
4. “Đụng vào nhau” – 34 dặm/giờ

## 5. “Chạm vào nhau” 31,8 dặm/giờ

Chỉ với một chút thay đổi trong cách dùng từ, ký ức của các đối tượng tham gia cũng đã bị thay đổi theo. Cùng là một đoạn phim đó, nhưng cụm từ *lao vào* đã dựng nên một phiên bản khác của ký ức. Với phiên bản này, những chiếc xe phải đi với tốc độ đủ lớn để hợp lý hóa động từ miêu tả đó.

Loftus còn tiến xa hơn một bước và hỏi những người tham gia liệu họ có nhớ về những mảnh kính vỡ bay ra từ vụ va chạm không, mặc dù thực tế là không có mảnh kính nào. Và đương nhiên là số người trong nhóm sử dụng cụm từ *lao vào* trả lời có nhiều gấp đôi số người từ các nhóm khác.

Từ sau nghiên cứu này, hàng trăm những thí nghiệm khác về hiệu ứng thông tin sai lệch đã được tiến hành, và rất nhiều người cũng đã bị thay đổi ký ức một cách khéo léo như vậy. Tuốc-nơ-vít dễ dàng biến hình thành cò lê, người da trắng thành người da màu, và những trải nghiệm với người này bị hoán đổi thành với người khác. Thậm chí trong một thí nghiệm, Loftus đã thành công trong việc thuyết phục những người tham gia tin rằng họ từng bị lạc trong trung tâm thương mại khi còn nhỏ. Bà đã cho các đối tượng tham gia đọc bốn bài viết về những kỷ niệm thời thơ ấu do gia đình họ cung cấp; tuy nhiên trong đó có kèm bài viết về việc bị lạc trong trung tâm thương mại – một bài viết hư cấu hoàn toàn. Một phần tư số người tham gia đã thu nạp câu chuyện giả đó vào ký ức thời thơ ấu của mình, và thậm chí còn thêm thắt nhiều chi tiết vốn không có trong bài. Loftus còn làm cho người ta tin rằng họ đã bắt tay với Bugs Bunny<sup>©</sup>, một nhân vật vốn không thuộc thế giới Disney, khi họ tới công viên Disney lúc còn nhỏ bằng cách cho họ xem một tờ rơi quảng cáo giả. Bà còn có thể thay đổi sở thích ăn uống của đối tượng bằng cách nói với họ rằng hồ sơ sức khỏe có ghi lại lần họ bị ngộ độc khi ăn một loại thức ăn nào đó lúc còn nhỏ. Một vài tuần sau, khi được mời ăn đúng món đó, những người tham gia đã từ chối. Trong

những thí nghiệm khác, bà đã tiêm nhiễm ký ức về việc suýt chết đuối và đuối được thú hoang vào đầu của người tham gia – không cái nào là thật cả, nhưng tất cả những người này đều dễ dàng chấp nhận chúng là một phần tuổi thơ của mình. Loftus coi việc chứng minh sự không đáng tin cậy của trí nhớ con người là nhiệm vụ của cả đời mình. Bà đã phản đối việc sử dụng lời khai nhân chứng cũng như phương pháp nhận diện nghi phạm từ hàng thập kỷ trước. Bà cũng chỉ trích những nhà tâm lý học cho rằng họ có thể khai mở những ký ức bị kìm nén từ thời niên thiếu. Trong một thí nghiệm của mình, bà đã cho những người tham gia quan sát một vụ án giả, và sau đó, họ phải chọn ra kẻ thủ ác từ một loạt những nghi phạm. Cảnh sát nói với những người tham gia thí nghiệm rằng hung thủ là một trong những người đang đứng trước mặt họ, nhưng thực ra đó là một lời nói dối – không ai trong số đó đã vào vai kẻ thủ ác. Vậy mà vẫn có tới 78% số người tham gia chọn một người và khẳng định rằng họ đã nhìn thấy anh ta thực hiện tội ác. Từ đó, Loftus kết luận rằng bộ nhớ không hoạt động hoàn hảo như chúng ta vẫn tưởng. Thế nhưng, rất nhiều những thông lệ và chuẩn mực xã hội của chúng ta được vận hành dựa trên quan niệm sai lầm này.

Có rất nhiều cách giải thích cho hiện tượng này, và hiệu ứng của nó thì đã được nắm rõ và rất dễ để dự đoán, về cơ bản thì các nhà khoa học đều đồng tình rằng ký ức không phải là một cuộn băng ghi hình hay là một tệp dữ liệu trong ổ cứng. Giống như những mảnh ghép Lego, chúng được xây dựng và lắp ráp tại chỗ từ những chi tiết có sẵn trong đầu bạn. Trong cuốn *The Island of the Colorblind* của mình, nhà thần kinh học Oliver Sacks đã viết về một bệnh nhân bị mù màu sau khi bị chấn thương não. Anh ta không chỉ không thể nhìn được một số màu nhất định, mà còn không thể tưởng tượng hay nhớ ra chúng. Những ký ức về xe hơi, quần áo, và những lễ hội bỗng dưng bị rửa bớt các màu sắc. Mặc dù ký ức của bệnh nhân này đã được ghi lại từ khi anh ta còn bình thường, nhưng giờ chúng chỉ có thể

được tái dựng bằng khả năng tưởng tượng hiện tại. Mỗi khi gọi nhớ về một ký ức, bạn xây dựng chúng từ đầu. Nếu một khoảng thời gian dài đã trôi qua thì khả năng bạn lắp ghép sai các chi tiết sẽ lớn hơn. Và chỉ cần có một tác động nhỏ là bạn cũng có thể lắp sai một chi tiết lớn.

Năm 2001, Henry L. Roediger III, Michelle L. Meade, và Erik T. Bergman từ Đại học Washington đã cho các sinh viên liệt kê 10 đồ vật thường thấy trong một căn bếp, một hộp đồ nghề, một phòng tắm, và cả những vị trí khác trong một căn nhà điển hình. Bạn cũng nghĩ xem. Thử liệt kê 10 đồ vật mà bạn có thể tìm thấy trong một căn bếp ngày nay đi. Những ý niệm về một nơi chốn tưởng tượng như vậy được gọi là **giản đồ** (*schema*). Bạn có giản đồ cho hầu hết mọi thứ – cướp biển, bóng đá, kính hiển vi – những hình ảnh và ý niệm xoay quanh nguyên mẫu các đồ vật, bối cảnh, phòng ốc, v.v. Bạn thậm chí có cả giản đồ cho những nơi mà bạn chưa từng đặt chân tới, ví dụ như là đáy đại dương hay là đế chế La Mã cổ đại.

Ví dụ thế này, khi tưởng tượng về La Mã cổ đại, có phải bạn luôn thấy những cỗ xe ngựa kéo, những bức tượng cẩm thạch, và những cột đá trắng lướt qua tâm trí? Chắc chắn là bạn có tưởng tượng như vậy, bởi đó là hình ảnh mà thành Rome thời cổ đại luôn xuất hiện trên phim ảnh và TV. Liệu bạn có tin nổi rằng các cột nhà và tượng cẩm thạch đó đã từng được sơn màu sắc sặc sỡ, và nếu đánh giá theo tiêu chuẩn thẩm mỹ hiện đại thì phải gọi là vô cùng lòe loẹt? Nhưng đó lại là sự thật! ☺ Giản đồ của bạn được gọi ra rất nhanh, nhưng lại không chính xác. Chúng hoạt động giống như lối tư nghiệm: Những khái niệm này được sắp sẵn để bạn không cần phải tư duy quá nhiều về chúng, và như vậy, bạn có thể xử lý được những suy nghĩ liên quan tới chúng nhanh hơn. Khi một giản đồ dẫn tới sự rập khuôn, định kiến, hay thiên lệch nhận thức, thì nghĩa là bạn đã đánh đổi sự chính xác ở mức độ chấp nhận được để có tốc độ xử lý thông tin nhanh hơn.

Quay trở lại với thí nghiệm trên: Sau khi các sinh viên hoàn thành việc liệt kê đồ vật, các nhà tâm lý học đã đưa thêm một nhóm sinh viên khác vào để ghép cặp với họ. Thực ra đây là các diễn viên nằm dưới sự chỉ đạo của các nhà nghiên cứu. Sau khi ghép đôi, họ được cho xem những bức ảnh về các vị trí trong căn nhà. Các sinh viên được dặn là cần phải tập trung ghi nhớ những hình ảnh này. Tiếp theo, các sinh viên tham gia được giao nhiệm vụ giải một số bài toán với mục đích làm sạch tâm trí trước khi tiến tới giai đoạn cuối của thí nghiệm. Ở bước cuối cùng này, các cặp sinh viên và diễn viên ngồi lại với nhau và miêu tả lại các bức ảnh. Lúc này, các diễn viên được cài cắm sẽ bắt đầu đưa vào một số đồ không có trong ảnh. Ví dụ như đối với hình ảnh căn bếp, vốn dĩ trong đó không có máy nướng bánh mì hay một bộ gang tay bắc nồi, nhưng diễn viên sẽ giả bộ và khẳng định là chúng có trong ảnh. Cuối cùng, các sinh viên sẽ được phát giấy để liệt kê lại những đồ vật mà họ nhìn thấy.

Có lẽ các bạn cũng đã đoán được kết quả: Các sinh viên tham gia thí nghiệm đều dễ dàng bị đánh lừa và có ký ức giả về những đồ vật mà họ trông đợi sẽ thấy ở các khung cảnh. Trong danh sách cuối cùng, họ đã liệt kê cả những đồ vật do người ghép cặp cùng mình nêu ra cho dù chúng không hề có trong hình. Giản đồ trong tâm trí họ về một căn bếp vốn đã tồn tại cả một chiếc máy nướng bánh và đôi gang tay, bởi vậy khi các diễn viên khẳng định rằng họ nhìn thấy những vật đó trong hình, tâm trí của các sinh viên dễ dàng chấp nhận và thêm chúng vào ký ức. Nhưng nếu diễn viên khẳng định rằng họ thấy bồn vệ sinh trong khung cảnh nhà bếp thì các sinh viên sẽ thấy khó chấp nhận hơn.

Năm 1932, nhà tâm lý học Charles Bartlett đã kể một truyện dân gian của thổ dân châu Mỹ cho các đối tượng tham gia thí nghiệm, và sau đó, trong suốt một năm trời, cứ vài tháng một lần, ông yêu cầu họ kể lại câu chuyện này. Dần dần, câu chuyện những người tham gia thí nghiệm kể ngày

càng khác nguyên bản, và có xu hướng nhuộm màu sắc văn hóa của nơi họ sinh ra.

Trong nguyên tác, hai người đàn ông Egulac đang săn hải cẩu trên sông thì nghe thấy những hét giống như tiếng hét xung trận. Họ nấp đi cho tới khi một chiếc xuồng với năm chiến binh tiến tới. Những người này đã đề nghị họ cùng tham chiến. Một trong hai người đàn ông đồng ý, người còn lại thì quay về nhà. Sau đó, câu chuyện trở nên vô cùng rối rắm bởi vì trong trận chiến, một ai đó đã nghe một người khác nói rằng những người này là ma. Người đàn ông quyết định tham chiến cuối cùng đã bị thương, nhưng không rõ là cái gì hay ai đã gây ra việc đó. Khi về tới quê nhà, anh ta kể lại với những người xung quanh về chuyện mình đã chiến đấu với ma. Rồi sáng hôm sau, một thứ gì đó màu đen chảy ra từ miệng anh ta, và anh ta chết ngay sau đó.

Câu chuyện này không chỉ rất kỳ lạ, nó còn được viết một cách rất khó hiểu. Trong quá trình thí nghiệm, các đối tượng tham gia đã nhào nặn lại câu truyện sao cho nó có nghĩa hơn. Các phiên bản được kể lại sau này trở nên ngắn gọn hơn, rành mạch hơn, những chi tiết tối nghĩa bị lược bớt. Ma có lúc là kẻ thù, có lúc lại là đồng đội, nhưng chúng thường là mấu chốt của câu chuyện. Rất nhiều người gọi những chiến binh là thầy ma, nhưng trong truyện gốc thì từ *hòn ma* gắn liền với tên bộ tộc họ. Có phiên bản miêu tả việc nhân vật chính đã được chăm sóc sau khi bị thương. Những thợ săn hải cẩu thì có lúc lại trở thành những người đánh cá. Con sông trở thành bờ biển. Chất màu đen trở thành linh hồn, hay có lúc lại là một cục máu đông. Sau khoảng một năm, các phiên bản bắt đầu có thêm vài nhân vật phụ, những chi tiết mới, và những ý tưởng không hề có trong nguyên tác, ví dụ như là một cuộc hành hương hay là sự hy sinh làm vật tế lễ. Ký ức không hoàn hảo, và nó cũng thay đổi liên tục. Những hình ảnh trong quá khứ không chỉ phải chạy qua bộ lọc của hiện tại, mà còn dễ dàng bị tác động bởi



những tác nhân xã hội ngoại vi. Bạn thường xuyên đem ký ức của người khác ghép vào ký ức của mình. Các nghiên cứu khoa học đã chỉ ra rằng ký ức là thứ dễ thẩm thấu, dễ bị thao túng, và cũng luôn tiến hóa. Nó không phải là thứ bất biến và vĩnh cửu. Nó giống một giấc mơ ban ngày được xây dựng bằng những thông tin và suy nghĩ bạn có sẵn trong đầu, thêm và bớt các chi tiết so với phiên bản gốc. Nếu bạn nghĩ rằng điều gì đó có thể đã xảy ra thì bạn sẽ dễ dàng tin nó vào mà không cần tự vấn xem nó có phải là sự thật hay không.

Điều bất ngờ nhất là những nghiên cứu này đã cho thấy việc làm sai lệch một ký ức đơn giản đến thế nào. Chỉ cần một ý bất kỳ được lặp đi lặp lại vài lần là bạn có thể dễ dàng tự thay đổi cuốn tự truyện đời mình. Kỳ lạ hơn nữa là ký ức càng bị thay đổi nhiều thì bạn lại càng tin vào nó. Hãy thử nghĩ về sự công kích không ngại ngùng của gia đình, bạn bè và các phương tiện truyền thông vào suy nghĩ và cảm xúc của chính bạn. Có bao nhiêu phần ký ức của bạn là chính xác? Có bao nhiêu phần ký ức là của riêng bạn? Những câu chuyện được nhắc tới trên bàn ăn tối thì sao? Tỷ lệ giữa sự thật và hư cấu là bao nhiêu? Nắm được hiệu ứng thông tin sai lệch không chỉ khiến bạn hoài nghi các lời khai nhân chứng và câu chuyện cuộc đời mình, mà còn giúp bạn trở nên vị tha hơn khi ai đó khẳng định họ nhớ chính xác điều gì để rồi nhận ra rằng đó chỉ là tưởng tượng.

Hãy nghĩ lại về thí nghiệm nhỏ của chúng ta ở đầu chương, thí nghiệm mà bạn nhớ nhầm rằng mình đã thấy từ *rèm* trong danh sách những từ miêu tả về cửa sổ. Tiềm ẩn những ký ức giả chẳng tốn mấy công sức đâu, bởi chính bạn cũng đang tự làm điều đó thường xuyên. Nhận ra mình có khả năng kiểm soát... Chờ chút, có phải là *rèm* không nhỉ?

## SỰ PHỤC TÙNG

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn là một cá thể độc lập mạnh mẽ, không chịu phục tùng chỉ trừ những trường hợp cần thiết.

### SỰ THẬT LÀ

Chỉ cần có một chút áp lực từ xã hội hoặc từ một nhân vật có thẩm quyền là đã có thể khiến bạn bị khuất phục, bởi vì phục tùng là một trong những bản năng sinh tồn.

Tháng Tư năm 2004, một người đàn ông tự nhận là cảnh sát Scott đã gọi điện tới một cửa hàng McDonald's ở Mount Washington, bang Kentucky. Hắn nói với người nghe điện thoại, phó quản lý Donna Jean Summers, rằng đã có một vụ trộm cắp và Louise Ogborn là nghi phạm.

Ogborn, khi đó 18 tuổi, là nhân viên trong cửa hàng McDonald's này. Kẻ tự nhận là cảnh sát viên Scott đã yêu cầu Donna Jean Summers đưa Ogborn vào văn phòng của cửa hàng, khóa cửa lại, và lột hết quần áo của cô ra trong lúc một phó quản lý khác đứng nhìn. Sau đó hắn yêu cầu Summers phải miêu tả chi tiết về cô thiếu nữ. Sự việc này diễn ra trong vòng hơn một giờ đồng hồ, cho tới khi Summers nói với cảnh sát Scott rằng cô cần phải trở lại làm việc. Scott hỏi rằng liệu Summers có thể gọi chồng sắp cưới của mình tới cửa hàng để tiếp tục hay không, và cô ta đã gọi chồng sắp cưới tới. Anh này đến, nhận điện thoại, và tiếp tục làm theo chỉ dẫn của Scott. Hắn bảo anh ta yêu cầu Ogborn phải nhảy múa, thực hiện các động tác thể dục, đứng lên các đồ vật trong phòng. Anh ta đã làm theo. Ogborn cũng làm

theo. Càng về sau các yêu cầu của cảnh sát Scott càng trở nên kỳ dị. Hắn bắt chồng sắp cưới của Summers phải yêu cầu Ogborn ngồi lên đùi và hôn anh để có thể ngủ hơi thở của cô ấy. Khi cô gái từ chối, Scott đã bảo anh ta đánh vào mông cô, và anh ta đã làm theo. Ba tiếng kể từ khi sự việc bắt đầu, Scott đã thuyết phục được chồng chưa cưới của Summers cưỡng ép Ogborn thực hiện khẩu thâm trong khi hắn nghe qua điện thoại. Sau đó hắn yêu cầu gọi một người đàn ông khác vào để tiếp tục. Một nhân viên bảo trì đã được gọi tới; tuy nhiên khi nhìn thấy sự việc trong căn phòng, anh ta đã nghi ngờ và hỏi xem chuyện gì đang xảy ra. Scott lập tức đập máy.

Đây là một trong hơn 70 cuộc gọi tương tự do một kẻ giả danh cảnh sát thực hiện trong vòng 4 năm. Hắn gọi tới các cửa hàng đồ ăn nhanh ở 32 bang khác nhau và yêu cầu những người nghe điện thoại phải tự làm nhục hoặc thực hiện các hành vi đồi bại với người khác, có lúc thì ở chỗ riêng tư nhưng cũng có lúc ở ngay trước mặt khách hàng. Với mỗi cuộc gọi, hắn đều tự xưng là đang làm việc với công ty chủ quản, hoặc là lãnh đạo của những cửa hàng này. Hắn luôn nói rằng một vụ vi phạm pháp luật đã xảy ra, và đôi khi còn bổ sung thêm rằng cảnh sát và các điều tra viên đang trên đường tới. Những nhân viên xấu số nghe máy đã làm theo từng lời chỉ đạo, thoát y, tạo dáng, và tự làm nhục mình để thỏa mãn những ý đồ xấu xa của hắn. Cuối cùng thì cảnh sát cũng đã truy bắt được David Stewart, một giám ngục tại Florida. Hắn sở hữu một chiếc thẻ điện thoại được dùng để gọi tới các cửa hàng đồ ăn nhanh, trong đó có một cửa hàng nằm trong danh sách bị lừa. Stewart đã phải hầu tòa vào năm 2006, tuy nhiên hắn được xử trắng án bởi thẩm phán cho rằng không có đủ chứng cứ để kết tội. Sau phiên tòa thì không còn vụ gọi điện nào xảy ra nữa.

Điều gì đã khiến cho rất nhiều người tuân theo mệnh lệnh từ một người mà họ chưa bao giờ gặp và không có gì để chứng thực mình là một cảnh sát?

Nếu bây giờ tôi đưa cho bạn một tấm bìa có hình vẽ một đoạn thẳng, sau đó đưa cho bạn một tấm nữa vẽ ba đoạn: một đoạn có độ dài như đoạn thẳng ở tấm trước, một đoạn ngắn hơn, và một đoạn dài hơn; liệu bạn có thể chỉ ra đâu là đoạn thẳng khớp với đoạn ở tấm bìa thứ nhất không?

Chắc chắn là có rồi. Ai cũng có khả năng so sánh và tìm ra những đoạn thẳng có độ dài bằng nhau chỉ trong vài giây. Vậy giờ tưởng tượng là bạn ở trong một nhóm, các bạn cần phải tìm ra tiếng nói chung, nhưng đa số thì lại chọn đoạn thẳng ngắn hơn. Bạn sẽ phản ứng thế nào?

Năm 1951, nhà tâm lý học Solomon Asch đã thực hiện thí nghiệm trên với nhiều nhóm. Khi không có sự tác động nào đặc biệt thì chỉ 2% số người tham gia trả lời sai. Trong lần thí nghiệm tiếp theo, Asch đã cài các diễn viên vào mỗi nhóm. Khi được hỏi xem đoạn nào có độ dài bằng, ngắn, hay dài hơn, những diễn viên này sẽ kết hợp với nhau đưa ra câu trả lời sai để khiến cho đối tượng tham gia thí nghiệm trở thành người duy nhất có ý kiến khác biệt.

Có thể bạn đang nghĩ rằng mình sẽ bất chấp tất cả và lắc đầu vì không thể tin nổi chuyện đó? Bạn chắc rằng mình sẽ nghĩ thầm: “Sao những người này lại có thể ngốc vậy chứ?” Tuy nhiên, các thí nghiệm đã cho thấy rằng cuối cùng thì bạn cũng sẽ bị khuất phục thôi. Trong thí nghiệm của Asch, 75% số người tham gia đã đổi ý trong ít nhất một câu hỏi. Họ nhìn vào những đường kẻ này, biết rằng câu trả lời chung của đa số là sai nhưng vẫn đồng tình. Họ không chỉ đơn thuần thỏa hiệp một cách miễn cưỡng, mà còn chối bỏ hoàn toàn sự thỏa hiệp đó lúc trả lời câu hỏi cuối buổi. Khi những người thực hiện thí nghiệm chỉ ra câu trả lời sai, những người tham gia đã bịa ra những lý do bào chữa và tự trách chính mình. Không có phần thưởng hay hình phạt nào dành cho việc bất chấp và giữ vững quan điểm trong những thí nghiệm này; tuy nhiên những con người thông minh như bạn

cũng đã phải chịu thua. Khi đối mặt với áp lực xã hội lớn, khả năng bạn bị khuất phục là rất cao.

Asch tiếp tục thí nghiệm với tỷ lệ diễn viên và đối tượng tham gia thực sự chênh lệch. Ông nhận thấy rằng khi chỉ có một hoặc hai diễn viên trong mỗi nhóm, thì hiệu quả sẽ không lớn, nhưng từ ba người trở lên là đã có thể khiến cho một số nhất định bị khuất phục và bắt đầu thỏa hiệp. Số người thỏa hiệp tỷ lệ thuận với số người trong nhóm đồng tâm đưa ra ý kiến trái ngược với họ. Khi một nhóm chỉ gồm toàn diễn viên và một đối tượng thí nghiệm, thì chỉ còn 25% là giữ vững quan điểm và đưa ra đáp án chính xác.

Hầu hết mọi người, nhất là đối với những người chịu ảnh hưởng của văn hóa phương Tây, có xu hướng coi bản thân mình là những cá nhân độc lập, là một người có cá tính riêng. Có lẽ bạn là người như vậy. Bạn đánh giá cao cá tính của mình, tự thấy bản thân là một người không chịu phục tùng và có những ý kiến riêng. Nhưng hãy thử tự hỏi xem tính độc lập của bạn lớn tới mức nào. Bạn có đang sống trong một căn lều tự dựng từ rừng nanh lợn rừng trên sa mạc Arizona và từ chối sử dụng hệ thống nước sạch công cộng? Bạn có đang sử dụng ngôn ngữ do bạn và em gái tạo ra hồi còn nhỏ? Khi mọi người vỗ tay, bạn có lấy chân đập vào nhau và miệng thì la ó? Từ chối chấp hành mọi quy tắc xã hội và văn hóa nơi bạn sống là điều không tưởng. Bạn có thể là một người khác biệt, không chấp nhận chiều hướng suy nghĩ chung, nhưng bạn cũng hiểu rõ rằng phục tùng các quy tắc là một phần trong trò chơi mang tên cuộc đời. Khả năng lớn là bạn sẽ tránh xung đột và cứ để kệ nhiều thứ không vừa mắt. Khi đi du lịch tới một quốc gia khác, bạn nhìn vào cách mà những người xung quanh hành xử để làm theo. Khi tới nhà của người khác, bạn thực hiện đúng phương châm nhập gia tùy tục. Trong giảng đường, bạn ngồi im lặng và ghi chép. Khi tham gia vào một câu lạc bộ thể hình hay tới chỗ làm mới, việc đầu tiên bạn làm là quan

sát và học hỏi cách mà những người khác đang hành xử. Bạn cạo râu và lông chân. Bạn dùng lăn khử mùi. Bạn phục tùng các chuẩn mực chung.

Nhà tâm lý học Noam Shpancer đã giải thích trên blog của mình: “Chúng ta thường không nhận ra mình đang phục tùng. Đó là chế độ mặc định của chúng ta.” Shpancer cho rằng bạn làm vậy là bởi mong muốn được xã hội chấp nhận vốn đã được lập trình sẵn trong bộ não. Để có thể sinh tồn và phát triển, trong vô thức, bạn biết rằng mình cần đồng minh. Bạn có được khái niệm rõ ràng hơn về thế giới khi thu thập thông tin từ nhiều nguồn. Bạn cần bạn bè bởi những kẻ lạc loài thường không được nhận những tài nguyên quý giá. Bởi vậy mà khi ở bên cạnh những người khác, bạn học cách hành xử sao cho phù hợp, bạn dùng những thông tin thu được từ họ để đưa ra những quyết định tốt hơn. Khi tất cả những người xung quanh đều giới thiệu cho bạn một ứng dụng điện thoại tuyệt vời, hay khuyên bạn đọc một cuốn sách, bạn sẽ bị lung lay. Nếu tất cả bạn bè đều bảo bạn nên tránh xa một khu vực nào đó trong thành phố, hay đừng mua một nhãn hiệu phô mai bất kỳ, bạn sẽ làm theo lời khuyên của họ. Phục tùng là một trong những bản năng sinh tồn của con người.

Thí nghiệm nổi tiếng nhất về sự phục tùng được thực hiện bởi Stanley Milgram vào năm 1963. Ông đã cho những người tham gia ngồi trong một căn phòng và làm theo mệnh lệnh từ một nhà khoa học mặc áo blouse trắng. Họ được phổ biến rằng trong thí nghiệm này, họ sẽ dạy những cặp từ vựng và đặt câu hỏi cho một người tham gia khác ngồi ở phòng kế bên. Với mỗi câu trả lời sai, người dạy sẽ phải trừng phạt người học bằng cách giật điện. Nút bấm để trừng phạt nằm trên một chiếc máy trông rất phức tạp có những công tắc và nút gạt thể hiện độ mạnh của dòng điện. Có các mức từ *giật nhẹ*, *giật vừa*, *giật mạnh*, và cuối cùng là dấu XXXX ám chỉ mức độ chết người. Người đàn ông mặc áo blouse sẽ luôn hỏi thúc đối tượng tham gia phải nhấn nút giật điện. Sau mỗi lần nhấn, sẽ có tiếng thét vang lên từ

phòng bên cạnh. Sau một khoảng thời gian, nhà khoa học sẽ yêu cầu người tham gia phải tăng mức độ giạt điện lên. Tiếng thét cũng sẽ trở nên to và đau đớn hơn, và dần dần họ sẽ nghe thấy nhân vật ở phòng bên cạnh cầu xin được dừng cuộc thí nghiệm. Hầu hết những người tham gia đều hỏi là liệu họ có thể dừng lại không. Họ không muốn tiếp tục giạt điện con người tội nghiệp ở phòng bên, nhưng nhà khoa học sẽ yêu cầu họ tiếp tục, trấn an rằng không có gì đáng lo lắng cả. Họ sẽ được nghe những câu đại loại như: “Bạn không có lựa chọn nào khác ngoài việc tiếp tục”, hay “Thí nghiệm này là như vậy, bạn phải làm tiếp.” Trước sự ngạc nhiên của những người tạo ra thí nghiệm, có tới 65% số người tham gia đã bị thuyết phục tiếp tục giạt điện người ở phòng bên cho đến mức ở ngay dưới mức XXXX. Thực ra thì không có vụ giạt điện nào cả, người ngồi ở phòng bên chỉ là một diễn viên giả bộ như đang bị hành hạ một cách đau đớn. Thí nghiệm Milgram đã được lặp lại rất nhiều lần với các điều kiện khác nhau. Số người thực hiện tới mức cuối cùng giảm xuống 0% khi không có sự xuất hiện của nhân vật quyền lực, và nó tăng đến khoảng 90% khi một ai đó đảm nhiệm việc dạy các cặp từ và đặt câu hỏi, còn đối tượng tham gia thí nghiệm chỉ cần bấm nút để giạt điện nạn nhân. Có một điểm cần nhấn mạnh là trong thí nghiệm Milgram, người tham gia không phải chịu hình phạt hay được nhận phần thưởng gì – tất cả chỉ thuần túy là sự phục tùng.

Thí nghiệm của Milgram đã cho thấy khi coi hành động của mình đơn thuần là các hành động phục tùng mệnh lệnh, đặc biệt là với các mệnh lệnh từ một nhân vật có quyền lực, có tới 65% khả năng bạn sẽ tiến sát ranh giới của việc giết người. Nếu có thêm sự trừng phạt hay một mối nguy tới bản thân treo lơ lửng trên đầu, khả năng bạn phục tùng sẽ càng tăng cao. Công trình này của Milgram là một nỗ lực nhằm lý giải cuộc diệt chủng người Do Thái mà Đức Quốc xã gây ra. Ông muốn biết liệu có phải tiêu chuẩn đạo đức của cả một quốc gia có thể thực sự bị phá vỡ hoàn toàn, hay sự phục

tùng trước quyền lực mới là gốc rễ của tội ác kinh khủng này. Milgram đã kết luận rằng những đối tượng trong thí nghiệm của mình, và có lẽ là hàng triệu người khác nữa, đã tự xem bản thân mình là một công cụ chứ không phải là con người. Khi họ nằm dưới sự điều khiển của người khác để làm những chuyện tồi tệ, họ gạt lý trí của mình sang một bên để giữ cho nó trong sạch. Đây chính là chìa khóa để tạo ra và lợi dụng sự phục tùng. Kẻ chủ mưu chỉ cần thuyết phục những người khác rằng họ là công cụ chứ không phải là con người thì họ sẽ sẵn sàng tuân theo bất kỳ mệnh lệnh nào.

Đó là điều mà những nhân viên bị *cảnh sát* Scott lừa đã khai. Scott bắt đầu bằng những yêu sách nhỏ và nâng dần mức độ, cũng giống như những cú giạt điện trong thí nghiệm của Milgram. Cho tới khi chúng đã trở nên kỳ quặc thì mọi chuyện đã đi quá xa. Các nhân viên sợ bị trừng phạt nếu không tiếp tục nghe theo những yêu cầu mới, và một khi đã bước qua lần ranh của sự phi đạo đức, họ sẽ tự loại bỏ tính cách và lý trí của mình để trở thành một công cụ của *pháp luật*.

Hãy cảnh giác, bản năng phục tùng của bạn rất mạnh mẽ và nằm sâu trong tiềm thức. Đôi khi, ví dụ như khi ở trong một bữa ăn gia đình, mong muốn giữ hòa khí và hòa nhập với mọi người là điều tốt. Nó giữ bạn ở gần và liên kết với chuẩn mực xã hội, nhờ đó bạn có thể dễ dàng sống chung với những người khác hơn trong thế giới hiện đại. Nhưng bạn cần đặc biệt cảnh giác với mặt tối của sự phục tùng. Đừng bao giờ sợ đặt ra câu hỏi nghi ngờ những kẻ có quyền lực khi hành vi của bạn có khả năng gây hại cho bản thân hay cho người khác. Thậm chí là trong cả những tình huống đơn giản, lần tới khi bạn thấy một dòng người xếp hàng chờ trước cửa phòng học, rạp chiếu phim, hay quán ăn, đừng ngần ngại phá bỏ quy tắc – hãy thử mở cửa mà nhìn vào xem chuyện gì đang xảy ra ở trong.



## SỰ BÙNG PHÁT CUỐI CÙNG

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Khi bạn ngừng thực hiện một thói quen xấu, thói quen đó sẽ dần dần biến mất khỏi cuộc đời bạn.

### SỰ THẬT LÀ

Bất cứ khi nào bạn cố gắng bỏ một tật xấu, bộ não sẽ nỗ lực lần cuối để đẩy bạn trở về lối cũ.

---

Bạn đã từng trải qua chuyện đó rồi mà.

Bạn quyết tâm nghiêm túc giảm cân và bắt đầu theo dõi thực đơn hàng ngày của mình. Bạn đọc hết tất cả thông tin dinh dưỡng trên mọi thứ đồ mình mua, tích trữ rau quả, đến phòng tập. Mọi việc diễn ra một cách tốt đẹp. Bạn cảm thấy tuyệt vời như thể mình là một nhà vô địch. Bạn vẫn tưởng: “Ôi, dễ mà.” Rồi một ngày, bạn tự chiều mình một chút và ăn vài chiếc kẹo, một chiếc bánh vòng, hay một chiếc burger phô mai. Có thể bạn sẽ mua một túi khoai rán, hay là một đĩa mì Ý. Tối đó, bạn quyết định bạn sẽ không chỉ ăn mọi thứ mình muốn, mà còn phải tự thưởng thêm một cốc kem thật đầy. Và thế là chế độ ăn kiêng của bạn kết thúc một cách thảm khốc.

Chuyện quái gì vừa xảy ra vậy? Làm thế nào mà quá trình chuyển đổi chế độ ăn uống vốn đang êm thấm của bạn lại bất ngờ chui tọt xuống hố ga

như vậy chứ? Thứ mà bạn vừa mới trải qua chính là **sự bùng phát cuối cùng** (*extinction burst*).

Một khi đã quen với việc được nhận phần thưởng, bạn sẽ rất khó chịu khi thiếu nó. Thức ăn đương nhiên cũng là một loại phần thưởng hấp dẫn mạnh mẽ. Nó là một yếu tố tối cần thiết cho sự tồn tại. Bộ não con người thì lại không được tiến hóa trong điều kiện dư dả thức ăn, bởi vậy mỗi khi bạn tìm thấy một thứ giàu năng lượng, nhiều chất béo, hay nhiều muối, bản năng sinh tồn khuyến bạn phải ăn thật nhiều và tiếp tục tìm đến nó trong tương lai. Nếu bạn loại bỏ một phần thưởng mà tiềm thức đã quen thì bộ não sẽ phản đối dữ dội.

Sự bùng phát cuối cùng là một phần trong việc dập tắt các thói quen hay hành vi, là một trong những nguyên tắc của phản xạ có điều kiện. Phản xạ có điều kiện, hay điều kiện hóa, là một trong những yếu tố cơ bản nhất hình thành nên cách mà mọi sinh vật – kể cả bạn – phản ứng với các tác động từ thế giới bên ngoài. Nếu nhận được phần thưởng từ một hành động nhất định, khả năng lớn là bạn sẽ tiếp tục lặp lại nó. Còn nếu bị trừng phạt, bạn sẽ dừng lại. Dần dần, bạn sẽ hình thành khả năng dự đoán trước phần thưởng và hình phạt bằng cách liên kết những chuỗi sự kiện với nhau để tìm ra kết quả cuối cùng.

Bạn biết rằng khi muốn ăn gà viên chiên, bạn không thể chỉ búng ngón tay là chúng sẽ xuất hiện một cách thần kỳ ở trước mặt. Bạn sẽ cần phải tham gia vào một chuỗi dài những hành động – học ngôn ngữ, kiếm tiền, mua xe, sắm quần áo, mua xăng, học lái xe, học cách tiêu tiền, tìm hiểu xem gà viên bán ở đâu, lái tới chỗ đó, sử dụng ngôn ngữ, trao đổi tiền tệ, v.v. Chuỗi những hành động này có thể được chia ra thành những phần nhỏ hơn nếu bạn thực sự muốn đi sâu phân tích tất cả những khía cạnh của điều kiện cần có trước khi có thể bốc gà viên bỏ vào miệng. Riêng việc lái xe từ A tới

B cũng đã là một nhiệm vụ phức tạp, chỉ có thể được tự động hóa sau hàng trăm giờ thực hành. Hàng triệu những hành động nhỏ, mỗi hành động là một bước trong toàn bộ quá trình, chúng tập hợp lại thành một nhiệm vụ lớn mà bạn biết sẽ đem đến thành quả. Hãy nghĩ về những con chuột bị nhốt trong mê cung và phải học những bước đi phức tạp – rẽ trái hai lần, rẽ phải một lần, trái, phải, trái – tất cả để tới được chỗ có miếng phô mai. Thậm chí phản xạ có điều kiện cũng có thể được tạo ra cho vi sinh vật, làm chúng phản ứng lại trước các tác động nhất định và dự đoán kết quả.

Có một khoảng thời gian, điều kiện hóa được coi là lời giải đáp cho tất cả mọi thứ trong lĩnh vực tâm lý học. Trong khoảng những năm 60 và 70 của thế kỷ trước, Burrhus Frederic Skinner đã trở nên nổi tiếng sau khi làm cho cả nước Mỹ run sợ trước phát minh mang tên *phòng gây điều kiện*, hay còn có tên khác là Hộp Skinner. Bên trong chiếc hộp kín này bao gồm cần gạt, bình chứa thức ăn, sàn dẫn điện, bóng đèn, và loa phát thanh. Các nhà khoa học cho động vật thí nghiệm vào trong hộp và thưởng cho chúng thức ăn hoặc trừng phạt chúng để khuyến khích hoặc kìm hãm một số hành vi nhất định. Lấy chuột làm ví dụ: Chúng có thể học cách gạt cần khi bóng đèn xanh bật sáng để nhận được những mẩu thức ăn. Skinner đã biểu diễn cách dạy một con chim bồ câu xoay tại chỗ theo lệnh bằng cách chỉ cho nó ăn khi nó xoay theo một hướng nhất định. Ông giữ thức ăn và nhử con chim xoay theo một phía. Dần dần, ông đã tập được cho nó xoay liên tục tại chỗ. Thậm chí Skinner còn dạy được con chim phân biệt hai từ *mở* và *xoay* rồi thực hiện theo. Đúng vậy, nói theo một cách nào đó thì ông ta đã thành công trong việc dạy chim đọc.

Skinner đã khám phá ra rằng chúng ta có thể dạy cho chim câu, chuột hay các con vật khác làm những nhiệm vụ phức tạp thông qua việc thưởng thức ăn để khuyến khích chúng thực hiện các chuỗi hành vi với độ dài tăng dần. Ví dụ, nếu bạn muốn dạy một con sóc lướt ván trên mặt nước, bạn sẽ

cần phải bắt đầu từ những bước cơ bản và tăng dần độ khó. Một số nhà nghiên cứu đã cho thêm những hình phạt vào phương trình và phát hiện ra chúng cũng có tác dụng xúc tác như những hạt thức ăn. Dần dần, Skinner đã tin rằng phản xạ có điều kiện là nguồn gốc của mọi hành vi, và suy nghĩ lý trí không có tác động gì lên cuộc sống cả. Ông đã kết luận rằng nội quan chỉ là một *sản phẩm phát sinh* từ các phản xạ có điều kiện.

Một số triết gia và nhà tâm lý học vẫn giữ quan điểm rằng con người thực chất chỉ là cỗ máy tự động phức tạp, giống như một con nhện hay một con cá vây. Bạn không có tự do, cũng không có ý chí độc lập. Bộ não của bạn được tạo nên từ những phân tử, nguyên tử, và do đó, chúng sẽ phải tuân theo các quy tắc vật lý và hóa học. Bởi vậy một số người tin rằng tâm trí đã bị lập trình và khóa chặt trong các quy tắc hoạt động của vũ trụ. Tất cả những suy nghĩ, cảm xúc mà bạn từng có, mọi hành động mà bạn đã làm trong cuộc đời đều là hệ quả toán học tự nhiên sau vụ nổ Big Bang. Đối với trường phái tâm lý học này, bạn là một thực thể chẳng khác gì loài côn trùng. Chỉ là bạn sở hữu một bộ máy thần kinh phức tạp hơn, cho phép bạn đưa ra những phản ứng sâu rộng hơn khi gặp các tác động từ thế giới bên ngoài. Những phản ứng này tạo ra ảo giác về ý thức tự chủ. Tuy nhiên, bạn cứ yên tâm đi bởi đây là một ý tưởng gây rất nhiều tranh cãi. Nó đã xuất hiện từ thời của các nhà triết học Hy Lạp cổ đại, những người tưởng tượng rằng tiềm thức là những cỗ xe ngựa được điều khiển bởi phần lý trí bậc cao. Nhưng nói gì thì nói, dù bạn có thực sự sở hữu ý thức tự chủ hay không, thì phản xạ có điều kiện vẫn là một thứ có thật, và ảnh hưởng của nó thì không thể bị phớt lờ.

Có hai dạng của điều kiện hóa – cổ điển và điều chỉnh hệ quả. Trong điều kiện hóa cổ điển, thứ vốn không có tác động trực tiếp sẽ trở thành yếu tố kích hoạt phản xạ. Giả sử bạn đang tắm và có người xả nước bồn cầu khiến cho dòng nước bỗng đột ngột trở nên nóng rát, bạn sẽ bị điều kiện

hóa và từ những lần sau, bạn sẽ giật mình nếu nghe thấy tiếng xả nước trong khi đang tắm. Điều kiện hóa cổ điển là như vậy. Thứ vốn trung tính – tiếng xả bồn cầu – đã bị gán một ý nghĩa và sự trông đợi nhất định. Đây là điều mà bạn không thể điều khiển được. Bạn sẽ co người tránh khỏi dòng nước mà không cần dừng lại xử lý thông tin: “Mình phải tránh khỏi dòng nước nếu không muốn bị bỏng.” Nếu đã từng bị đau bụng hay ngộ độc sau khi ăn một món mà bạn vốn thích, khả năng là bạn sẽ chần chừ và tránh món đó trong tương lai. Chỉ mùi hương hay thậm chí là ý nghĩ về món đó cũng đủ làm bạn nôn nao. Đối với tôi, đó là rượu tequila. Ôi... Ghê quá. Điều kiện hóa cổ điển giúp bạn sống sót. Bạn nhanh chóng học hỏi để tránh những mối nguy tiềm tàng và tìm kiếm những thứ có khả năng đem lại sự thoải mái, giống như trùng biến hình<sup>⊙</sup> vậy.

Những hành động phức tạp mà Skinner đã dạy cho động vật thí nghiệm là kết quả từ quá trình điều kiện hóa điều chỉnh hệ quả. Loại điều kiện hóa này thay đổi ham muốn của bạn. Các xu hướng hành vi của bạn trở nên mạnh mẽ hơn thông qua việc củng cố, hoặc yếu đi sau những hình phạt. Bạn đi làm và nhận lương. Bạn bật điều hòa và không bị đổ mồ hôi nữa. Bạn không vượt đèn đỏ, và do đó không phải nhận vé phạt. Trả tiền thuê nhà và bạn không bị tổng cô ra đường. Tất cả những điều này là điều kiện hóa điều chỉnh hệ quả – phần thưởng và sự trừng phạt.

Và giờ thì ta cũng có thể quay lại với yếu tố thứ ba – sự dập tắt. Khi bạn trông chờ một phần thưởng hay một hình phạt mà lại không có gì xuất hiện, phản ứng có điều kiện của bạn sẽ dần trở nên nhạt nhòa. Nếu bạn dùng không cho mèo cưng ăn nữa, dần dần nó cũng sẽ không còn luẩn quẩn quanh bát thức ăn và kêu meo meo. Hành vi này của chú mèo sẽ bị dập tắt. Nếu bạn đi làm mà mãi chả được nhận lương, đến một thời điểm, bạn cũng sẽ nghỉ việc. Đây là lúc mà sự bùng phát cuối cùng xảy ra, ngay trước khi hành vi quen thuộc này trút hơi thở cuối cùng. Có lẽ bạn sẽ không chỉ đơn

giản là nằm nhà và không tới chỗ làm nữa. Thay vào đó bạn sẽ xông vào văn phòng của sếp và yêu cầu một lời giải thích. Nếu mọi chuyện không đi tới đâu sau những lời la hét và những cái vung tay điên loạn, có lẽ bạn sẽ hất tung bàn của ông sếp và bị lôi ra ngoài với đôi còng trên tay.

Ngay trước khi bạn chuẩn bị từ bỏ một thói quen đã ăn sâu vào tiềm thức, bạn sẽ hoảng loạn. Đó là nỗ lực tuyệt vọng cuối cùng của phần não cổ xưa nhất trong bạn để giành lấy phần thưởng. Bạn để quên chìa khóa trong phòng và khóa trái cửa, nhưng bạn cùng phòng thì lại đang say ngủ. Bạn bấm chuông và gõ cửa nhưng không ai trả lời. Bạn cứ mãi bấm chuông trong vô vọng. Và cuối cùng bạn đập cửa rầm rầm. Nếu máy tính của bạn bỗng dưng bị treo, bạn sẽ không đơn thuần đứng dậy và bỏ đi làm việc khác. Bạn sẽ bấm chuột và các phím loạn xạ, cố làm nó hoạt động trở lại, thậm chí có thể bạn còn đi xa tới mức đập mạnh vào chiếc máy tội nghiệp. Nếu một đứa trẻ không được phép lấy kẹo trong khi xếp hàng chờ ở quầy thu ngân, nó có thể dỗi và ăn vạ bởi vì trong quá khứ, hành động đó đã khiến bố mẹ phải đầu hàng và mua kẹo cho nó. Tất cả những ví dụ trên đều là sự bùng phát cuối cùng – sự tăng trưởng đột ngột tạm thời của những thói quen hay hành vi cũ, một lời cầu xin từ sâu thẳm trong tâm trí bạn.

Nào hãy trở lại với kế hoạch ăn kiêng ban đầu của chúng ta. Bạn đang cố gắng để loại bỏ một phần thưởng tuyệt vời trong cuộc đời mình: những món ăn ngon lành tuyệt diệu chứa đầy calorie. Ngay khi bạn sẵn sàng từ bỏ chúng vĩnh viễn, sự bùng phát cuối cùng nổ ra và đe dọa sẽ phá hỏng mọi nỗ lực trong thời gian qua. Bỗng dưng bạn trở thành một đứa trẻ trong cơn giận dỗi, và nếu bạn đầu hàng trước những yêu sách này, quá trình điều kiện hóa sẽ diễn ra và chuỗi hành vi sẽ được củng cố. Ăn nhiều một cách mất kiểm soát là một trạng thái của một tâm trí bất ổn, đầy sự nghiện đồ ăn tới giới hạn cho tới khi phát nổ. **Tình trạng ăn nhiều cưỡng chế** (*compulsive*

*overeating*) là một dạng rối loạn tâm lý – những con nghiện ăn uống bị bực kín trong áp lực tới khi vỡ òa.

Để từ bỏ việc ăn quá độ, hút thuốc, chơi cờ bạc, trò *World of Warcraft*, hay bất kỳ thói quen xấu nào được xây dựng từ điều kiện hóa, bạn sẽ phải chuẩn bị tinh thần để đương đầu với vũ khí bí mật trong tiềm thức của chính mình – sự bùng phát cuối cùng. Hãy tự trở thành Bảo Mẫu Siêu Việt hay Người Huấn Luyện Chó<sup>©</sup> cho bản thân. Hãy tìm kiếm những phần thưởng thay thế và những sự khuyến khích tích cực. Đặt ra mục tiêu rõ ràng, và khi bạn đạt được chúng, hãy tự thưởng cho mình thứ gì đó tuyệt vời. Đừng hoảng sợ khi mọi thứ trở nên khó khăn. Những thói quen hình thành là bởi bạn không thực sự thông minh, và chúng cũng có thể dần biến mất cũng vì chính lý do đó.

## SỰ LƯỜI BIẾNG XÃ HỘI

### BẠN VẤN TƯỞNG

Khi làm việc nhóm để đạt được mục tiêu chung, bạn sẽ làm việc chăm chỉ và hiệu quả hơn.

### SỰ THẬT LÀ

Khi nằm trong một nhóm, bạn có xu hướng ít nỗ lực hơn, bởi vì bạn biết rằng công sức mình bỏ ra sẽ bị gộp chung vào với thành quả của những người khác.

Khi cần đạt được một mục tiêu lớn, một thứ yêu cầu phải bỏ ra nhiều công sức và thời gian, ví dụ như là khởi nghiệp, hay sản xuất một bộ phim ngắn, bản năng sẽ nói với bạn rằng thuê được càng nhiều người thì hiệu quả công việc sẽ càng cao và bạn sẽ càng chóng chạm tới đích. Nhưng sự thật là khi nhiều người phối hợp và cùng hướng tới mục tiêu chung, tất cả sẽ đều có xu hướng lười biếng hơn lúc phải làm việc một mình. Khi ý thức được rằng bạn không bị đánh giá trên phương diện một cá nhân độc lập, bản năng sẽ khiến bạn hòa mình vào hậu cảnh.

Để chứng minh điều này, nhà tâm lý học Alan Ingham đã phá hỏng trò kéo co. Trong thí nghiệm ông thực hiện vào năm 1974, Ingham đã bịt mắt các đối tượng tham gia và cho họ nắm một sợi dây thừng. Đầu kia của sợi dây này được gắn vào cỗ máy mang hình dáng như có nguồn gốc từ thời Trung cổ. Nó có nhiệm vụ giả lập sức kéo của đội đối thủ. Những người tham gia được phổ biến rằng họ có rất nhiều đồng đội và được yêu cầu phải kéo hết sức. Trong lượt kéo thứ hai thì họ lại được yêu cầu phải kéo một



mình. Thực ra thì ở cả hai lượt, những người tham gia đều chỉ có một mình. Và theo như kết quả đo lường thì ở mức trung bình, sự nỗ lực của đối tượng tham gia sẽ giảm khoảng 18% khi nghĩ rằng mình đang làm việc trong một nhóm.

Phiên bản này của **sự lười biếng xã hội** (*social loafing*) đôi khi được gọi là **hiệu ứng Ringelmann**, theo tên của kỹ sư người Pháp Maximilien Ringelmann. Năm 1913, Ringelmann đã khám phá ra rằng khi cho một nhóm người kéo trên máy đo sức căng thì tổng lực kéo họ bỏ ra sẽ ít hơn tổng lực kéo của từng cá nhân. Hai công trình nghiên cứu của Ingham và Ringelmann đã đem khái niệm về sự lười biếng xã hội vào bộ môn tâm lý học: trong cùng một công việc, nỗ lực bạn bỏ ra khi làm việc nhóm sẽ ít hơn nỗ lực bỏ ra khi làm việc độc lập.

Trong một buổi biểu diễn, khi ca sĩ yêu cầu khán giả hét to hết mức có thể, và rồi hỏi lại một lần nữa: “Tôi chẳng nghe thấy gì cả! Các bạn có thể hét to hơn thế mà!” Bạn có nhận ra lần thứ hai đám đông sẽ hét to hơn rất nhiều so với lần đầu? Tại sao mọi người không hét hết sức ngay trong lần đầu tiên? Một số nhà khoa học thú vị đã nghiên cứu vấn đề này vào năm 1979. Latane, Williams, và Harkins tới từ Đại học Bang Ohio đã yêu cầu những người tham gia thí nghiệm hét to nhất có thể theo nhóm và rồi sau đó hét một mình, hoặc ngược lại – hét một mình trước rồi mới hét theo nhóm. Và đúng như dự đoán, tổng mức âm lượng của một nhóm nhỏ hơn so với tổng mức âm lượng của từng thành viên khi hét một mình. Bạn thậm chí còn có thể nhìn rõ được sự sụt giảm này trên biểu đồ – càng nhiều thành viên trong nhóm thì mức độ nỗ lực của mỗi người lại càng nhỏ đi. Biểu đồ vẽ nên một đường cong mềm mại đi xuống như là dốc trượt tuyết trên một sườn đồi vậy. Bạn luôn thực hiện hành vi lười biếng xã hội này, nhưng không phải là bạn đang cố tình trốn tránh, à tất nhiên là trừ lúc mà bạn chỉ giả bộ hát theo bài mà tất cả mọi người đều đang hòa giọng. Trong tất cả

những thí nghiệm này, yếu tố then chốt là không cho người tham gia nắm được điều gì đang thực sự xảy ra. Chỉ cần bạn nghĩ rằng mình đang nằm trong một nhóm, tiềm thức sẽ khiến bạn bỏ ra ít nỗ lực hơn. Không ai nhận ra điều này và cũng chẳng ai thừa nhận là mình làm vậy.

Hành vi lười biếng này có khả năng xuất hiện cao hơn khi nhiệm vụ phải thực hiện là một việc đơn giản. Đối với những công việc phức tạp, rất dễ để nhận ra ai là người đang thực sự lười biếng. Và một khi bạn biết rằng người khác có thể nhìn thấy sự lười nhác của mình, bạn sẽ cố gắng nhiều hơn. Đây là kết quả của một hành vi tâm lý khác gọi là **sự lo âu khi bị đánh giá**, thực chất là tên gọi mỹ miều của việc bạn sẽ cẩn thận hơn khi biết rằng mình đang bị quan sát. Nỗi lo lắng của bạn sẽ giảm xuống khi biết rằng nỗ lực của mình sẽ được tính chung với của những người khác nữa. Và bạn sẽ trở nên thư giãn hơn. Bạn trượt theo sườn đồi.

Những nhà khoa học hoạt động trong lĩnh vực thể thao từ lâu đã cảnh báo các huấn luyện viên về hiện tượng này, vậy nên ngày nay, tất cả các đội thể thao lớn đều tách riêng các thành viên trong đội khi đánh giá. Thậm chí họ còn làm chặt tới mức theo dõi từng người trong các trận đấu bằng máy quay riêng để họ không bị tụt phong độ bởi sự lười biếng xã hội. Hiện tượng này đã được quan sát trong mọi tình huống liên quan tới nỗ lực nhóm. Các hợp tác xã luôn đạt sản lượng thấp hơn nông trại tư nhân. Những nhà máy có công nhân làm những việc lặp đi lặp lại nhưng không bị giám sát chặt chẽ luôn kém hiệu quả hơn những nơi đặt chỉ tiêu sản phẩm cho từng người.

Hãy cẩn thận, ngày nay hầu hết mọi tổ chức đều đã nắm rõ về sự lười biếng xã hội; ở đâu đó trong chuỗi quản lý, một nhà tâm lý học đã chỉ điểm bạn. Bởi vậy, khả năng cao là năng suất lao động của bạn luôn bị theo dõi và đánh giá, nhất là khi bạn làm việc trong các tập đoàn lớn; và bạn sẽ được

phổ biến về điều này đề tợ phải cố gắng hơn. Họ nắm rõ được rằng khi làm việc nhóm, bạn chẳng thông minh lắm đâu.

## ẢO GIÁC VỀ SỰ MINH BẠCH

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Khi bạn đang trải qua những cảm xúc mạnh, những người xung quanh chỉ cần nhìn là biết được điều bạn đang suy nghĩ và cảm nhận.

### SỰ THẬT LÀ

Những trải nghiệm chủ quan của bạn không thể quan sát được từ bên ngoài, và bạn đang đánh giá quá cao khả năng truyền tải suy nghĩ và cảm xúc cá nhân của mình.

---

Bạn đang đứng trước lớp huấn luyện phát biểu trước công chúng với những tờ giấy ghi chép được đặt ngay ngắn trước mặt. Dạ dày thì bắt đầu tập thể dục dụng cụ trong ổ bụng. Trước đó bạn đã ngồi lắng nghe tất cả những bài phát biểu của những người khác với đôi chân không ngừng dậm nhịp xuống sàn như thể cố gắng truyền hết sự bồn chồn xuống những viên gạch lát nền. Thi thoảng bạn lau đôi bàn tay ẩm mồ hôi vào quần. Mỗi khi một bài phát biểu kết thúc, cả lớp vỗ tay và bạn cũng làm theo. Và khi tiếng tán thưởng chìm dần đi thì bạn nhận ra tim mình đang đập rất mạnh. Cuối cùng, giảng viên cũng gọi tới tên bạn. Mắt bạn mở to. Trong lúc cân trọng bước từng bước lên bục, bạn cảm tưởng như thể mình vừa ăn nguyên một thìa đầy mùn cưa. Và khi bắt đầu bài nói đã được tập đi tập lại của mình, bạn nhìn quanh vào khuôn mặt của những người bạn cùng lớp.

“Sao thằng kia lại cười? Con bé kia đang hí hoáy viết gì vậy? Có phải cậu ta vừa nhú mày không nhỉ?”

“Thôi chết rồi,” bạn nghĩ. “Tất cả mọi người đều có thể thấy rõ là mình đang bồn chồn lúng túng đến thế nào.”

Chắc mình trông như một thằng khờ. Mình thất bại rồi, phải không? Tệ quá đi. Cầu trời cho một mảnh thiên thạch rơi trúng căn phòng này trước khi mình phải nói thêm một lời nào nữa.

“Tôi xin lỗi,” bạn nói với khán giả. “Cho phép tôi được bắt đầu lại.”

Giờ thì mọi chuyện còn tệ hơn nữa. Có ai khùng tới nỗi đang phát biểu mà lại đi xin lỗi không? Giọng của bạn run run. Những hạt mồ hôi lấm tấm sau gáy. Bạn tin rằng mặt mình đã đỏ ửng hết cả lên rồi, và cả khán phòng chắc là đang phải cố gắng nhin cười. Nhưng thực chất lại không phải vậy. Họ chỉ đang cảm thấy buồn chán như với tất cả các bài phát biểu khác mà thôi. Mặc dù vậy, sự lo lắng của bạn vẫn đạt đến đỉnh điểm, và bạn cảm thấy như thể những dòng cảm xúc đang tỏa ra quanh đỉnh đầu như một vòng hào quang của sự tuyệt vọng. Sự thật là người ngoài chẳng thể nhìn thấy gì ngoại trừ biểu cảm trên khuôn mặt bạn và có thể là những hạt mồ hôi đang tuôn ra nữa. Để thông tin có thể được truyền từ bộ não của người này qua người khác thì phải thông qua hình thức giao tiếp nào đó. Biểu cảm, âm thanh, cử chỉ, hay là từ ngữ như chính những thứ bạn đang đọc trên trang giấy này – chúng ta buộc phải phụ thuộc vào những công cụ thiếu tinh tế này để giao tiếp với nhau. Dù cảm xúc có mạnh mẽ hay ý tưởng có lớn lao tới mức nào đi chăng nữa, chúng cũng không bao giờ rõ ràng với người quan sát từ bên ngoài như với chính bản thân bạn. Và đây chính là **ảo giác về sự minh bạch** (*illusion of transparency*).

Bạn biết rõ mình đang cảm thấy gì, đang suy nghĩ gì, và bởi vậy bạn có xu hướng cho rằng những suy nghĩ và cảm xúc đó sẽ thẩm thấu qua lỗ chân

lông của mình và trở nên rõ ràng với cả thế giới. Bạn đánh giá quá cao độ hiển nhiên của suy nghĩ trong đầu mình, và không nhận ra rằng những người khác cũng đang mãi chìm trong bong bóng của riêng họ; tất nhiên, họ cũng suy nghĩ hết như bạn. Khi phải đoán xem người khác đang nghĩ gì, bạn chẳng có lựa chọn nào khác ngoài việc bắt đầu với những suy nghĩ của bản thân mình. Và do bị giới hạn trong góc nhìn cá nhân, bạn cho rằng những suy nghĩ và cảm xúc mà bạn trải qua hẳn là hiển nhiên. Tất nhiên là nếu để ý thật kỹ, đối phương có thể đọc vị được bạn, nhưng cũng chỉ ở mức độ nào đó thôi. Và bạn thì luôn đánh giá quá cao khả năng này của họ.

Bạn có thể tự làm một bài kiểm tra về loại ảo giác này thông qua một phương pháp được sáng tạo bởi Elizabeth Newton.

Hãy chọn một bài hát mà ai cũng biết, ví dụ như quốc ca chẳng hạn, và nhờ một người ngồi đối diện bạn cùng tham gia. Giờ bạn hãy dùng ngón tay đập nhịp bài hát đó lên bàn. Sau một hay hai khổ nhạc, hãy thử hỏi xem đối phương có đoán được ra là bạn đang gõ nhịp bài hát nào không. Trong tâm trí của bản thân thì bạn có thể nghe rõ từng nốt nhạc, từng nhạc cụ. Còn họ thì chỉ nghe được tiếng gõ ngón tay của bạn. Đừng đọc nữa. Thử đi. Tôi sẽ chờ.

Được rồi. Cứ cho là các bạn đã thử thí nghiệm trên đi. Kết quả thế nào? Đối phương có đoán ra được là bạn đã gõ nhịp theo bài hát nào không? Chắc là không rồi. Trong nghiên cứu của Newton, người gõ nhịp tiên lượng rằng đối phương có thể đoán được chính xác một nửa trong tổng số bài hát, nhưng trên thực tế họ chỉ đoán trúng có 3% số bài hát thôi.

Sự khác biệt lớn giữa điều mà bạn nghĩ những người xung quanh sẽ hiểu và điều mà họ thực sự hiểu có lẽ đã dẫn tới đủ thể loại hiểu nhầm khi giao tiếp qua tin nhắn hay email. Nếu bạn giống tôi, có lẽ bạn sẽ thường

xuyên phải đọc lại rồi sửa lại những gì mình đã viết, hoặc có thể sẽ phải tự chất vấn giọng điệu của mình, hay thậm chí là phải viết và gửi lại toàn bộ.

Cư dân mạng thường viết kèm ký tự /s ở cuối một câu để ám chỉ rằng câu đó mang tính châm biếm (đây là một trò đùa xuất phát từ những lập trình viên với ý nghĩa *kết thúc châm biếm*). Truyền tải giọng điệu qua mạng khó tới nỗi chúng ta đã phải sáng tạo thêm ký tự để làm rõ vấn đề. Tương tự như vậy, truyền tải ý tưởng của người này cho người khác cũng rất khó, và rất nhiều thông tin có thể bị mất đi. Một ý nghĩ chợt tới mạnh mẽ như thể traten tuyết lở trong trí óc bạn sẽ chẳng thể khiến người khác cảm thấy tương tự khi phát ra từ miệng hay tay bạn.

Năm 1998, Thomas Gilovich, Victoria Medvec, và Kenneth Savitsky đã công bố một nghiên cứu ảo giác về sự minh bạch. Họ cho rằng trải nghiệm chủ quan là một thứ mạnh mẽ, và rất khó để nhìn xuyên qua nó khi đang ở trong trạng thái hưng phấn. Giả thiết của họ được dựa trên hiệu ứng ánh đèn sân khấu – hiệu ứng cho rằng mọi người xung quanh đều tập trung chú ý vào bạn, soi xét từng hành vi và cử chỉ của bạn, trong khi thực tế là hầu hết thời gian bạn đều chìm vào phong nền. Gilovich, Medvec, và Savitsky cho rằng hiệu ứng này mạnh mẽ tới mức nó khiến bạn cảm thấy như có một ánh đèn sân khấu giả tưởng chiếu xuyên qua mọi lời nói và hành động, phơi bày nội tâm của bạn với thế giới. Họ đã chia sinh viên của Đại học Cornell thành các nhóm. Khán giả sẽ được nghe mỗi cá nhân trong từng nhóm đọc các câu hỏi từ một danh mục và rồi trả lời chúng. Những người này sẽ phải trả lời thật hoặc nói dối theo một yêu cầu kín. Khán giả sau đó sẽ được nhận giải thưởng dựa trên số kẻ nói dối mà họ bắt được. Những người nói dối sẽ nói những câu như: “Tôi đã từng gặp David Letterman;” sau đó họ sẽ phải đoán xem có bao nhiêu khán giả đã phát hiện ra lời nói dối của họ.

Kết quả ra sao? Một nửa số người phải nói dối đã tưởng mình bị bại lộ, trong khi thực tế con số chỉ là  $\frac{1}{4}$  – họ đã tự đánh giá quá cao sự hiển nhiên của các suy nghĩ và cảm xúc của bản thân. Trong những thí nghiệm tiếp theo, một số yếu tố được thay đổi và những câu nói dối được trình bày theo kiểu khác, nhưng kết quả vẫn gần như y hệt.

Những nghiên cứu từ thập niên 80 đã cho thấy bạn rất tự tin vào khả năng nhận ra những kẻ nói dối của mình, nhưng thực chất bạn rất kém việc đó. Ngược lại, bạn nghĩ rằng lời nói dối của mình rất dễ bị phát hiện. Gilovich, Medvec, và Savitsky chuyển sang một thí nghiệm khác. Lần này họ cho các sinh viên ngồi đối diện một chiếc máy quay, và có 15 cốc chứa nước màu đỏ đặt trước mặt họ. Các nhà nghiên cứu yêu cầu sinh viên phải che giấu biểu cảm của mình khi uống những cốc nước này, bởi vì 5 trong số đó sẽ có vị cực kỳ kinh khủng. Sau đó 10 người được cho xem những đoạn phim quay cảnh nếm đồ uống. Các nhà khoa học đã yêu cầu các sinh viên dự đoán số người có thể đoán được chính xác lúc họ uống phải những cốc nước có vị kinh dị. Con số thật là khoảng  $\frac{1}{3}$  số người quan sát đã đoán đúng. Tuy nhiên các sinh viên lại cho rằng phải khoảng một nửa số người quan sát có thể nhìn thấu nỗ lực che giấu cảm xúc của họ. Ảo giác về sự minh bạch cường điệu hóa khả năng quan sát của những người xung quanh trong tâm trí chủ thể.

Tiến xa hơn, ba nhà khoa học tiếp tục thực hiện một thí nghiệm nữa dựa trên nghiên cứu của Miller và McFarland về hiệu ứng bàng quan (càng nhiều người chứng kiến một tình huống khẩn cấp thì khả năng có người ra tay hành động càng thấp). Một lần nữa, nghiên cứu của họ đã cho thấy khi ở trong một tình huống đáng lo, con người thường cho rằng sự lo lắng đó sẽ được biểu lộ một cách rõ ràng trên mặt mình, trong khi thực tế không phải như vậy. Và đó cũng là một trong những lý do mà không ai trong số những người quan sát hành động. Năm 2003, Kenneth Savitsky và Thomas



Gilovich đã nghiên cứu xem liệu con người có thể vượt qua ảo giác về sự minh bạch hay không. Họ đã cho người tham gia phát biểu trước đám đông mà không hề được chuẩn bị, và rồi cho họ đánh giá mức độ bồn chồn của bản thân trong mắt khán giả. Như có thể dự đoán trước, những người tham gia cho rằng mình đã trông rất tệ, nhưng thực ra thì khán giả chẳng hề nhận ra điều đó. Tuy vậy, thí nghiệm này đã khiến một số người bị rơi vào vòng luẩn quẩn do lo sợ nhận xét. Họ tưởng mình trông rất bồn chồn, và bởi vậy họ cố gắng để bù đắp cho điều đó. Sau đó họ lại nghĩ rằng sự bù đắp đó rất lộ liễu, và tìm cách che giấu nó bằng thứ mà họ lại một lần nữa tự cho rằng còn vụng về hơn. Họ cứ như vậy cho tới khi tự đặt mình vào trạng thái hoảng loạn tột cùng và lần này, điều đó thực sự thể hiện ra ngoài. Các nhà khoa học sau đó đã thực hiện lại thí nghiệm, và họ quyết định giải thích trước cho một số đối tượng tham gia về ảo giác về sự minh bạch: Khi nói chuyện trước đám đông, ai cũng có thể cảm thấy như thể sự lúng túng, lo lắng của mình lộ rõ đến mức tất cả mọi người đều nhận ra, nhưng sự thật thì không phải vậy. Lần này, vòng tròn luẩn quẩn đã bị phá vỡ. Những người được phổ biến trước về ảo giác này trở nên thoải mái và ít bị căng thẳng hơn. Họ diễn thuyết tốt hơn, khán giả cũng đánh giá họ cao hơn.

Một khi cảm xúc lên ngôi và trạng thái tâm lý trở thành tâm điểm chú ý của riêng mình bạn, khả năng xác định những thứ mà người xung quanh đang nghĩ hay cảm nhận của bạn sẽ biến mất. Nếu bạn cố nhìn bản thân mình qua con mắt của khán giả, bạn sẽ thất bại. Nắm được điều này, bạn có thể lên kế hoạch chuẩn bị cho hiệu ứng của nó, và cuối cùng sẽ vượt qua nó.

Khi ở gần người mà bạn thích và cảm thấy trống ngực đang đánh thành thịch, đừng hoảng hốt. Trông bạn không hồi hộp như bạn đang nghĩ đâu. Khi đứng trước một khán phòng hay đang bị phỏng vấn qua truyền hình, có thể sự lo âu sẽ như một cơn giông bão vũ trong não bạn, nhưng hãy yên tâm, chúng không thể thoát ra ngoài được đâu. Bạn trông điềm tĩnh hơn bạn

tưởng nhiều. Hãy cười lên. Dù món ăn mà mẹ vợ bạn nấu tệ tới nỗi chỉ đáng cho lợn ăn, thì bà ấy cũng không thể nghe thấy những tế bào thần kinh đang cầu xin bạn nhổ nó ra đâu.

Khi bạn đang cố nói về thứ gì đó phức tạp, hay thứ mà bạn có kiến thức sâu rộng, hãy nhớ rằng việc truyền tải thông tin từ bộ não của bạn tới bộ não của người khác không hề đơn giản. Việc giải thích có thể gặp rắc rối, nhưng cũng đừng trút giận lên họ. Đừng nghĩ là họ không thông minh chỉ bởi vì họ không thể đọc được suy nghĩ của bạn. Không có chuyện bạn tự dưng lại nhận được siêu năng lực thần giao cách cảm mỗi khi giận dữ, lo lắng hay hoảng hốt đâu. Hãy giữ bình tĩnh và tiếp tục công việc thôi.

## SỰ BẤT LỰC TỰ NGUYỆN

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Nếu bị rơi vào một tình huống tồi tệ, bạn sẽ làm mọi việc có thể để thoát ra.

### SỰ THẬT LÀ

Khi cảm thấy không thể điều khiển được vận mệnh của chính mình, bạn sẽ bỏ cuộc và chấp nhận an phận thủ thường.

---

Năm 1965, nhà tâm lý học Martin Seligman thực hiện thí nghiệm giật điện những con chó.

Ông đã thử mở rộng nghiên cứu của Pavlov – nhà sinh lý học đã khiến cho chó chảy nước miếng một cách vô thức khi nghe tiếng chuông kêu. Seligman muốn thử đi theo hướng ngược lại: Mỗi khi chuông kêu, thay vì cho chó ăn, ông lại giật điện chúng. Để giữ chúng ở yên một chỗ, ông đã sử dụng khung và dây để trói chúng lại. Sau khi những con chó đã bị điều kiện hóa, ông thả chúng vào một chuồng lớn được ngăn đôi bởi hàng rào. Ông dự đoán rằng khi chuông kêu, lũ chó sẽ hoảng sợ và nhảy qua hàng rào để chạy trốn sang nửa chuồng bên kia. Tuy nhiên chúng lại không làm vậy. Chúng chỉ ngồi im tại chỗ và gồng người lên. Sau khoảng vài lần, Seligman quyết định thử cho chúng bị giật điện sau khi nghe chuông giống như điều kiện ban đầu. Và dưới sự ngạc nhiên của ông, lũ chó vẫn ngồi im và hững hờ chịu con giật điện dù không hề bị trói buộc nữa. Khi thử thí nghiệm này với một con chó chưa từng bị giật điện, nó lập tức tháo chạy qua hàng rào.

Bạn cũng giống như những con chó tội nghiệp kia vậy.

Nếu trong cuộc đời, bạn phải trải qua những thất bại nặng nề, sự ngược đãi tệ hại, hay mất kiểm soát hoàn toàn, dần dần bạn sẽ tự thuyết phục bản thân rằng những bế tắc này không có lối thoát. Và lúc đó dù cho một lối thoát có mở ra ngay trước mặt, bạn cũng sẽ không hành động. Bạn trở thành một con người theo chủ nghĩa hư vô, tin vào sự bất lực hơn là sự lạc quan.

Khi nghiên cứu những người bị trầm cảm nặng, các nhà khoa học đã nhận thấy họ thường bỏ cuộc, chấp nhận thất bại và từ bỏ mọi nỗ lực. Một người bình thường sẽ tìm những yếu tố ngoại vi để đổ lỗi cho mọi việc, như khi trượt bài thi giữa kỳ chẳng hạn. Có thể họ sẽ nói giảng viên là tên khốn, hoặc là họ đã bị mất ngủ ngay trước ngày thi. Một người bị trầm cảm sẽ thường tự trách bản thân và cho rằng mình là một kẻ ngu ngốc. Seligman gọi đây là phong cách giải thích cá nhân. Bạn nhìn vào những sự kiện tác động lên cuộc đời mình dưới ba sắc thái khác nhau: cá nhân, vĩnh viễn, và lan rộng. Nếu bạn tự trách chính mình hay đổ lỗi cho những thể lực ngoài tầm kiểm soát, bạn sẽ tổn thương nặng hơn. Tin rằng tình huống sẽ không bao giờ thay đổi khiến nỗi buồn trở nên lớn hơn so với khi tin rằng ngày mai, mọi việc rồi sẽ tốt đẹp. Nếu cho rằng vấn đề trước mắt có tác động lên mọi yếu tố trong sự tồn tại của bạn thay vì chỉ một số mảng nhất định trong cuộc sống, một lần nữa, bạn sẽ cảm thấy tồi tệ hơn rất nhiều. Sự bi quan nằm ở một đầu của bảng màu, còn sự lạc quan thì ở đầu còn lại. Phong cách giải thích của bạn càng bi quan thì khả năng bạn trượt vào **sự bất lực tự luyện** (*learned helplessness*) càng lớn.

Bạn có đi bỏ phiếu không?

Nếu không, có phải là bởi bạn thấy điều đó không có ý nghĩa gì? Có phải bạn cho rằng mọi thứ sẽ chẳng thể thay đổi được? Các chính trị gia ở

cả hai phe đều xấu xa như nhau? Hay là bởi một lá phiếu trong vài triệu cũng chẳng thấm thía gì? Đúng rồi đó, đây chính là sự bất lực tự luyện.

Khi một người phụ nữ khốn khổ, một con tin, một đứa trẻ bị bạo hành, hay một tù nhân lâu năm từ chối cơ hội để được giải thoát, đó là bởi vì họ đã chấp nhận số phận và cho rằng mọi nỗ lực đều là vô ích. Liệu điều đó có ý nghĩa gì không? Những người thoát ra được khỏi tình huống xấu cũng thường trở nên sợ sệt khi phải mạo hiểm làm gì đó có thể dẫn tới thất bại. Bất kỳ một cảm xúc tiêu cực kéo dài nào cũng có thể khiến bạn đầu hàng trước sự tuyệt vọng và chấp nhận số phận. Nếu bạn cô đơn trong thời gian dài, bạn sẽ cho rằng sự cô đơn là một phần của cuộc sống và bỏ qua những cơ hội kết bạn. Sự mất kiểm soát trong bất kỳ tình huống nào cũng có thể dẫn tới trạng thái này.

Trong một nghiên cứu khác của Seligman, ông đã cấy tế bào ung thư vào chuột thí nghiệm để chúng phát triển thành những khối u ác tính. Lũ chuột sau đó được chia thành ba nhóm. Hai nhóm sẽ thỉnh thoảng bị giật điện, nhưng một nhóm thì có cơ hội để trốn thoát khỏi lồng nhốt bằng cách sử dụng cần gạt. Nhóm thứ ba thì không bị giật điện. Một tháng sau, kết quả cho thấy 63% số chuột trong nhóm bị giật điện nhưng có cơ hội trốn thoát đã tự đào thải được khối u và sống sót. 53% trong nhóm không bị giật điện cũng thành công trong việc đào thải khối u. Còn đối với nhóm bị buộc phải chịu đựng những cú giật thì tỷ lệ sống sót chỉ là 23%. Vậy là chuột thí nghiệm bị ung thư sẽ chết nhanh hơn khi bị đặt vào một tình thế không có lối thoát.

Nghiên cứu của Langer và Rodin vào năm 1976 đã cho thấy ở những nhà dưỡng lão khuyến khích sự phục tùng và bị động, nơi mọi thứ đều được chăm chút tới mức kỹ nhất thì sức khỏe của bệnh nhân nhanh chóng suy giảm cả về thể chất lẫn tinh thần. Thay vào đó, nếu những người sống tại

đây được phép lựa chọn và được giao một số trách nhiệm thì họ lại khỏe khoắn và năng động hơn. Nghiên cứu này cũng được lặp lại tại các nhà tù. Và đúng như dự đoán, chỉ cần cho phép tù nhân được di chuyển đồ vật trong phòng và sử dụng điều khiển TV theo ý mình là đủ để giúp họ không bị mắc các vấn đề sức khỏe, cũng như giảm thiểu việc nổi loạn. Những nhà tình thương dành cho người vô gia cư không cho phép người đến ở lựa chọn giường nằm hay đồ ăn thì họ cũng thường chán nản hơn, không còn nỗ lực tìm việc hay tự kiếm một căn hộ cho bản thân nữa. Khi đạt được thành công trong những việc nhỏ, bạn sẽ cảm thấy mình có khả năng thực hiện những việc lớn hơn. Còn khi ngay cả những việc nhỏ bạn cũng không thể làm nổi thì mọi thứ trong đời sẽ có vẻ khó khăn hơn.

Nhà tâm lý học Charisse Nixon tại trường Penn State Erie đã minh họa cách mà sự bất lực tự luyện phát huy tác dụng cho sinh viên qua một bài kiểm tra từ vựng. Bà giao cho các thành viên trong lớp nhiệm vụ lần lượt tráo thứ tự các chữ cái trong ba từ để tạo thành ba từ mới: *whirl*, *slapstick*, *cinerama*. Bạn hãy thử tự làm đi. Nhưng nhớ là phải xong một từ rồi mới được chuyển sang từ tiếp theo. Trong lớp học của Nixon, khi một vài sinh viên còn đang loay hoay với từ đầu tiên thì bà hỏi xem những ai đã làm xong. Ngược mắt nhìn lên và bạn thấy nửa lớp đã giơ tay. Nixon yêu cầu mọi người chuyển qua làm từ tiếp theo. Và một lần nữa, ngoại trừ bạn cùng với một vài người khác, mọi người trong lớp đều hoàn thành rất nhanh. Việc này lặp lại với cả từ cuối cùng, nửa lớp làm xong còn nửa còn lại ngồi đờ như phỗng. Thủ thuật của nghiên cứu nhỏ không chính thức này là một nửa lớp nhận được danh sách ba từ ở trên, nhưng nửa còn lại thì nhận được bộ ba *bat*, *lemon*, *cinerama*. *Bat* có thể được dễ dàng xếp lại thành *tab*, còn *lemon* thì thành *melon*. Và cứ vậy, nửa lớp nhận được những từ dễ sẽ tiếp tục giải từ thứ ba một cách nhanh chóng: *cinerama* đổi thành *american*. Nếu giống phần lớn mọi người, bạn sẽ thấy kỳ lạ và tự thấy có chút kém cỏi

nữa khi thấy những người khác giải được câu đố một cách dễ dàng, trong khi mình thì vẫn đang vò đầu gãi tai cố giải chữ *whirl*. Nếu việc đó đơn giản đến vậy mà mình không làm được thì có phải mình có vấn đề không? Tiếp theo là *slapstick*, và giờ thì bạn còn cảm thấy mình ngu ngốc hơn nữa khi thấy nửa số bạn học có thể nhanh chóng tìm ra lời giải. Giờ thì sự bất lực tự luyện bắt đầu phát huy tác dụng, bạn nhìn vào chữ *cinemara* với con mắt khác hoàn toàn so với những người vừa mới tự tin giải được hai từ đơn giản trước. Và mặc dù đây không phải là một từ khó giải, sự bất lực tự luyện đã khiến bạn bỏ cuộc trước cả khi bắt đầu. Đây là điều đã xảy ra trong các lớp học của Nixon: Nửa lớp nhận được những từ khó đã bỏ cuộc khi tới từ thứ ba.

Giả thiết hợp lý nhất đến giờ để giải thích cho hành vi kỳ lạ này là mong muốn tiết kiệm tài nguyên và năng lượng của mọi sinh vật. Khi không thể thoát khỏi một tình huống căng thẳng, bạn sẽ càng cảm thấy căng thẳng hơn. Vòng luẩn quẩn này cuối cùng sẽ tắt hết tất cả các cảm xúc của bạn. Khi sự căng thẳng lên tới đỉnh điểm, bạn sẽ cảm thấy như thể nếu vẫn tiếp tục cố gắng thoát khỏi tình trạng tồi tệ, bạn sẽ thua cả mạng sống của mình. Còn nếu bạn dừng lại thì có khả năng nhỏ nhoi là điều tồi tệ đó sẽ qua đi.

Hàng ngày – khi phải đầu đầu với công việc, chính phủ, những thứ làm dấy lên sự ham muốn trong bạn, tình trạng trầm cảm, và cả các vấn đề tài chính – bạn cảm thấy mình chẳng thể điều khiển tất cả những thứ đang ảnh hưởng lên số phận của mình. Vì thế bạn tham gia vào trò chơi Microvolts. Bạn thay đổi nhạc chuông, sơn tường phòng riêng, sưu tập tem. Bạn lựa chọn.

Mọi lựa chọn, kể cả là nhỏ nhất, đều có thể giúp bạn chống đỡ với sức nặng của sự bất lực, nhưng bạn sẽ không thể chỉ dừng tại đó. Bạn cần phải học cách chiến đấu chống lại bản năng, và học cách thất bại trong tư thế

ngẩng cao đầu. Thất bại nhiều lần là cách duy nhất để có thể thành công và đạt được những thứ bạn muốn trong đời. Ngoài cái chết, không có gì là bạn không thể thay đổi được.

Bạn không thông minh lắm đâu, nhưng ít ra thì bạn cũng thông minh hơn những con chó hay những con chuột thí nghiệm. Đừng vội bỏ cuộc.



## NHẬN THỨC TỪ CẢM GIÁC THÚ PHÁT

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Ý kiến của bạn về người khác hay về các sự kiện được dựa trên những đánh giá khách quan.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn thông dịch những cảm giác vật lý của mình thành từ ngữ, và sau đó để chúng gây ảnh hưởng lên quan điểm cá nhân.

---

Hãy thử tưởng tượng khung cảnh này.

Bạn gạt đi những bông tuyết lạnh tằm trên vai và bước vào căn phòng khách với ánh lửa bập bùng trong lò sưởi. Chui vào chiếc áo len, tay ôm một tách rượu hoa quả bốc khói, bạn ngồi xuống chiếc ghế bành êm ái đối diện ngọn lửa. Nghe âm cúng không?

Điều này nghe có vẻ kỳ lạ, nhưng con người thường xuyên suy nghĩ thông qua phép ẩn dụ. Những từ như ấm và lạnh, nhanh và chậm, sáng và tối, cứng và mềm – chúng đều mang hai lớp ý nghĩa. *Lạnh* vừa có thể là một trạng thái vật lý, nhưng cũng có thể là một kiểu tâm trạng, một cách hành xử, hay một phong cách cá nhân. *Tối* có thể là một sắc thái của màu sắc, nhưng cũng có thể được dùng để miêu tả giai điệu của một ca khúc. *Cứng* có thể là cách mặc cả để mua hàng, hay cũng có thể là cảm giác về lưng tựa của chiếc ghế bạn đang ngồi.

Khung cảnh vừa miêu tả bên trên rất âm cúng – như bạn có thể thực sự cảm nhận được sự ảm áp trên da thịt của mình – bởi vì vậy mà mọi tương tác và quan sát của bạn trong bối cảnh đó, về mặt cảm xúc, cũng sẽ rất ảm áp. Cảm giác ảm áp mang lại sự liên tưởng trong tâm thức về những từ ngữ liên quan. Những suy nghĩ này sẽ lại trở thành môi tiềm thức khiến cho bạn có cách hành xử phù hợp với ý nghĩa ẩn dụ của từ *ảm áp*.

Năm 2008, Lawrence Williams và John Bargh đã thực hiện một thí nghiệm trong đó họ cho đối tượng tham gia gặp những người lạ. Một nhóm được cầm cốc cà phê nóng, trong khi nhóm còn lại cầm cốc cà phê đá. Sau đó, khi được yêu cầu đánh giá tính cách của người lạ họ vừa gặp, những người cầm cốc cà phê nóng đã nhận định rằng người họ vừa tiếp xúc rất tốt tính, hào phóng, và tận tâm. Trong khi đó, cũng cùng một đối tượng, nhóm còn lại lại nhận định là người đó khó gần, thích nổi trội, và khó gọi chuyện. Trong một thí nghiệm khác, các nhà khoa học đã thay cà phê bằng túi sưởi và túi chườm lạnh. Người tham gia sẽ cầm những thứ này, và xem xét, đánh giá chất lượng một số sản phẩm. Một khi đã hoàn thành nhiệm vụ, họ được cho phép chọn một đồ vật để giữ làm quà cảm ơn, hoặc để đem đi tặng người khác. 54% người cầm túi sưởi đã quyết định đem quà của mình tặng cho người khác, trong khi chỉ có 25% số người trong nhóm cầm túi chườm lạnh làm điều này. Những người tham gia đã chuyển hóa cảm giác ở tay mình thành từ ngữ, và sử dụng chính những từ ngữ này một cách ẩn dụ để lý giải cho các cảm nhận hiện tại hoặc dự đoán hành vi của bản thân.

Đã có rất nhiều công trình nghiên cứu về hiện tượng này. Bạn thường nhìn vào những người mặc quần áo sáng màu và nhận định rằng họ thân thiện và thông minh – *sáng sủa*. Bạn cho rằng những người nói chậm là kém thông minh – *chậm*. Cách sử dụng phép ẩn dụ trong nền văn hóa của bạn làm thay đổi cách bạn nhận thức thế giới xung quanh. Xúc giác cũng là

một dạng của hiện tượng này, và nó vô cùng mạnh mẽ – cảm nhận của bạn qua xúc giác thường được chuyển thành cảm nhận tình cảm.

Trong một nghiên cứu do Josh Ackerman, Christopher C. Nocera, và các cộng sự thực hiện vào năm 2010, các đối tượng nghiên cứu giả bộ làm người xét duyệt hồ sơ xin việc. Khi thấy những bản lý lịch được kẹp trên những tấm kẹp hồ sơ dày và nặng, họ trở nên nghiêm túc với vai diễn hơn và cho rằng những bản lý lịch đó rất ấn tượng. Còn khi gặp những bản lý lịch gắn trên bìa kẹp hồ sơ nhẹ và mỏng hơn thì họ thường nghĩ chúng kém chất lượng, và chủ nhân của chúng không phù hợp với công việc. Cảm giác về độ nặng vật lý do tấm kẹp hồ sơ mang lại đã không chỉ vô tình thay đổi thái độ của họ về việc đang làm, mà còn khiến họ tiếp nhận thông tin với con mắt khác. Trong một thí nghiệm khác, với những người mua xe hơi, khi ngồi trên một chiếc ghế lưng tựa cứng, sẽ có xu hướng mặc cả một cách cứng rắn hơn khi ngồi trên một chiếc sofa mềm. Chiếc ghế cứng đã khiến cho quan điểm của họ trở nên cứng rắn hơn.

Một thí nghiệm khác về hiện tượng này cho những người tham gia ngồi trong các phòng có nhiệt độ khác nhau và xem những đoạn video quay các đấu thủ chơi cờ. Khi được yêu cầu miêu tả lại ván đấu, những người ngồi trong phòng có nhiệt độ thấp đã sử dụng những từ ngữ kỹ thuật khô khan, thiếu cảm xúc. Ngược lại, những người được ngồi trong phòng ấm thì có xu hướng cho thêm cảm xúc cá nhân và kể chuyện cười. Lần tới khi xem một bộ phim, hãy để ý đến cách mà các nhà làm phim tài năng khiến bạn giải nghĩa mỗi khung cảnh theo cách họ muốn, với cảm xúc mà họ đã xếp sẵn cho bạn cảm nhận. Khi góc quay nghiêng, bạn sẽ thấy các nhân vật, hay là tình huống mà họ đang đối mặt bị mất cân bằng. Với một căn phòng trống rỗng và im ắng, bạn sẽ cảm nhận được sự cô đơn và xa cách của nhân vật.

Bối cảnh là một loại môi tiềm thức khiến bạn nhìn thế giới theo cách nhất định. Và chỉ cần có một sự thay đổi nhẹ trong nhiệt độ, hay độ cứng của bề mặt là đã có thể thay đổi quan điểm của bạn. Cách mà bạn cảm nhận một thứ bằng xúc giác sẽ khơi mào cho một chuỗi liên hệ trong bộ não. Suy nghĩ của bạn sẽ thay đổi phụ thuộc vào những từ ngữ mà bạn nghĩ tới. Và bạn cũng cần biết rằng các nhà quảng cáo và các nhà bán lẻ đã bắt đầu nhảy lên con tàu mới này. Lĩnh vực tiếp thị thần kinh học đang rất nóng lòng thử nghiệm với **sự nhận thức từ cảm giác thứ phát** (*embodied cognition*) và những người tiên phong đã bắt đầu đồn đoán về tiềm năng của nó kể từ khi nghiên cứu của Bargh được công bố trên Internet. Nếu bạn thấy những sản phẩm được thiết kế với hình dáng hay bề mặt tạo ra trong bạn một chuỗi dài những suy nghĩ và cảm xúc thì rất có thể công trình nghiên cứu này chính là nguồn cội của chúng.

Lần tới khi đi khám định kỳ và bị cô bác sĩ đặt đầu ống nghe lạnh buốt lên ngực, trước khi cho rằng cô ấy là một người khó gần, hãy nhớ rằng bạn chẳng thông minh lắm đâu. Cũng như vậy, khi ai đó mời bạn đi uống cà phê, hãy nhớ rằng chiếc cốc trên tay bạn có khả năng thay đổi cách mà trái tim bạn đáp lại nụ cười của họ.

## HIỆU ỨNG MỎ NEO

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn sẽ phân tích mọi yếu tố một cách hợp lý trước khi đưa ra quyết định hay định giá một thứ gì đó.

### SỰ THẬT LÀ

Ấn tượng đầu tiên sẽ luôn ám ảnh tâm trí bạn, gây ảnh hưởng lên những nhận định và quyết định sau này.

Bạn bước vào cửa hàng quần áo và trên giá treo một chiếc áo da có lẽ là ngẫu nhất mà bạn từng thấy. Bạn mặc thử, nhìn vào gương và quyết định sẽ phải mua nó. Vừa ngắm nghía, bạn vừa tưởng tượng rằng mọi người sẽ phải há hốc miệng và đưa tay ôm ngực mỗi khi bạn bước vào phòng hay băng qua đường. Bạn lật tay áo lên để xem giá – 1000 đô-la.

Chà, tiếc thật. Bạn nghĩ bụng và bắt đầu quay bước trở lại giá treo thì một nhân viên bán hàng tới bắt chuyện.

“Anh thích nó chứ?”

“Ồ vâng, tôi rất thích. Nhưng mà đắt quá.”

“Chiếc áo này đang được giảm giá nên chỉ còn có 400 đô-la thôi.”

Vẫn đắt. Và thực sự thì bạn cũng đâu có cần một chiếc áo da mới lắm. Nhưng mà được giảm tới 600 đô-la thì có vẻ là một món hời rất lớn. Nhất là với một chiếc áo có khả năng làm bạn trông siêu ngẫu. Bạn rút thẻ tín dụng ra, không biết rằng mình vừa bị dính cú lừa cổ điển nhất trong nghệ thuật bán lẻ.

Một trong những công việc đầu tiên mà tôi làm chính là bán áo da, và tôi đã phụ thuộc rất nhiều vào **hiệu ứng mỏ neo** (*anchoring effect*) để kiểm tiền hoa hồng. Lần nào cũng vậy, tôi phát hiện ra rằng ai cũng biết rõ là cái giá mà công ty nơi tôi làm việc dán lên sản phẩm đã được thổi phồng một cách quá đáng. Vậy mà hết lần này qua lần khác, khi được nghe tới giá khuyến mại, các khách hàng vẫn luôn mỉm cười và đánh vật với những phán xét chính xác hơn của họ.

Cái giá mà bạn nghĩ rằng mình sẽ phải trả – nó xuất hiện từ đâu?

Hãy trả lời câu hỏi này: Dân số của Uzbekistan lớn hơn hay ít hơn 12 triệu người?

Hãy thử đoán đi.

Rồi, giờ thì tới câu hỏi khác – theo bạn thì có bao nhiêu người sống ở Uzbekistan?

Hãy thử nghĩ ra một con số và nhớ lấy nó. Chúng ta sẽ trở lại với câu hỏi này sau vài đoạn.

Amos Tversky và Daniel Kahneman đã thực hiện một nghiên cứu vào năm 1974. Họ yêu cầu những người tham gia ước lượng tỷ lệ các nước châu Phi trong Liên Hợp Quốc, nhưng trước tiên, họ phải quay một vòng quay số. Trên vòng quay có các số từ 1 tới 100, nhưng nó đã bị lập trình để luôn rơi vào số 10 hoặc 65. Khi vòng quay dừng lại, các nhà khoa học hỏi người tham gia xem họ nghĩ tỷ lệ các nước châu Phi trong Liên Hợp Quốc lớn hơn hay nhỏ hơn con số mà họ vừa quay vào. Sau đó họ hỏi con số cụ thể mà những người tham gia đã ước lượng. Kết quả cho thấy những người quay vào số 10 ở nửa đầu của thí nghiệm đã chọn những con số trong khoảng 25%, trong khi đó nhóm quay vào số 65 thì lại có ước tính trung bình là 45%.

Tất cả những người tham gia đều đã bị tác động bởi hiệu ứng mỏ neo.

Điểm mấu chốt ở đây là không ai thực sự biết kết quả cụ thể cả. Họ phải đoán, nhưng thực ra lại không đơn giản như vậy. Trong tâm trí họ thì vòng quay chỉ đơn thuần là một máy tạo số ngẫu nhiên, vậy mà kết quả họ đưa ra vẫn chịu ảnh hưởng từ nó.

Quay trở lại với Uzbekistan. Có thể số dân thực tế của đất nước Trung Á này không hề gần với con số mà bạn đang có trong đầu. Bạn cần có một gợi ý, một manh mối, một điểm tham khảo nào đó mới có thể bắt đầu quá trình suy đoán. Bạn lướt qua kho dữ liệu trong tâm trí để tìm những thứ liên quan tới Uzbekistan – địa lý, ngôn ngữ, Borat<sup>Ⓢ</sup> – nhưng số liệu dân số thì không hề tồn tại trong đó. Con số hiện đang nằm trong đầu bạn là số mà tôi đã đưa ra, 12 triệu, và nó đang nổi lên bề mặt ở ngay trên bề mặt. Khi bạn không có gì để dựa vào, bạn sẽ tóm lấy bất kỳ cái gì đang có sẵn.

Dân số của Uzbekistan là khoảng 28 triệu người. Con số này xa ước tính ban đầu của bạn tới mức nào? Nếu bạn giống phần đông mọi người thì con số ước tính của bạn chắc chắn sẽ thấp hơn rất nhiều. Bạn có thể đã cho rằng Uzbekistan có nhiều hơn 12 triệu dân, nhưng không hề nghĩ tới con số 28 triệu.

Mỗi ngày bạn đều phụ thuộc vào việc *thả neo* để dự đoán kết quả của các sự việc, để ước tính thời gian hay tiền bạc phải bỏ ra để làm một việc hay mua một thứ gì đó. Khi cần đưa ra lựa chọn, hay phải ước tính giá trị, bạn luôn cần một nền tảng. Bạn nên mua gói truyền hình cáp nào? Tiền điện mỗi tháng nên ở mức nào? Ở khu vực này thì giá thuê nhà bao nhiêu là đẹp? Bạn cần những điểm tham chiếu, những mỏ neo để so sánh. Và khi ai đó muốn bán hàng cho bạn thì họ rất sẵn sàng cung cấp một điểm tham chiếu. Vấn đề là dù bạn biết điều này, bạn vẫn không thể phớt lờ nó.

Khi đi mua xe hơi, bạn thừa biết rằng đó không phải là một giao dịch chân thực hoàn toàn. Mức giá đủ để họ thu lợi chắc chắn vẫn thấp hơn nhiều so với giá mà họ chào bán cho bạn, nhưng giá chào bán đó kiểu gì cũng vẫn sẽ tác động lên quyết định của bạn. Khi nhìn vào chiếc xe, bạn không tính toán xem công ty sản xuất sở hữu bao nhiêu nhà máy, có bao nhiêu nhân công. Bạn không được ngó vào những bản thiết kế kỹ thuật hay báo cáo lãi suất. Bạn chẳng thể tính hết được mọi thứ từ giá thép nguyên liệu tới những công nghệ đảm bảo an toàn đắt tiền. Số tiền mà bạn sẵn sàng bỏ ra chẳng có nhiều liên hệ tới những điều trên, bởi đối với bạn chúng là những điều quá xa vời, cũng giống như là số liệu về dân số của Uzbekistan vậy. Kể cả có bỏ công sức ra nghiên cứu trên mạng đi chăng nữa, bạn cũng chẳng thể chắc chắn được giá trị thực của chiếc xe, hay là cái giá mà đại lý đã trả cho nhà sản xuất. Sự chú ý của bạn giờ chỉ có thể tập trung vào giá bán lẻ đề xuất của hãng, và dù nó có bị thổi phồng tới mức khó tin nào đi chăng nữa thì bạn cũng không thể làm gì khác ngoài việc để mình bị trói buộc vào nó. Bất kỳ một cuộc tranh luận ngã giá nào cũng đều phải lấy đó làm xuất phát điểm.

Cũng có những lúc bạn hoàn toàn không nhận thức được sự tồn tại của hiệu ứng mỏ neo. Drazen Prelec và Dan Ariely đã thực hiện một thí nghiệm tại MIT<sup>Ⓢ</sup> vào năm 2006: Họ cho sinh viên tham gia một cuộc đấu giá kỳ lạ. Các nhà nghiên cứu sẽ giơ lên những đồ vật như là chai rượu vang, cuốn sách giáo khoa, hay chuột cầu<sup>Ⓢ</sup> không dây và miêu tả chúng bằng những ngôn từ tuyệt vời. Mỗi sinh viên phải viết lại hai số cuối trong thẻ an sinh xã hội của mình để làm giá của vật phẩm. Nếu hai số đó là 11 thì giá của chai rượu vang là 11 đô-la. Nếu hai số đó là 88, giá cho con chuột cầu là 88 đô-la. Sau khi các sinh viên đã tự viết xong mức giá giả định, họ bắt đầu đấu giá. Và đúng như dự đoán, hiệu ứng mỏ neo đã làm nhiều khả năng định giá của họ. Những người có hai số cuối trong thẻ an sinh xã hội lớn



hơn sẵn sàng trả giá cao hơn tới 346% so với những người có số thẻ thấp hơn. Những người sở hữu số từ 80 tới 99 trả giá trung bình cho con chuột cầu là 26 đô-la, trong khi những người có số từ 00 tới 19 chỉ trả trung bình là 9 đô-la. Nguồn gốc của con số không quan trọng. Bất kỳ con số nào cũng có thể trở thành mỏ neo.

Các nhà nghiên cứu này tiếp tục thực hiện một thí nghiệm nữa. Trong thí nghiệm này, những người tham gia sẽ phải nghe những âm thanh gây khó chịu để được nhận tiền. Trong lần nghe đầu tiên, họ được nhận 90 hoặc 10 xu để nghe một tiếng thét điện tử rất ghê rợn. Sau đó các nhà nghiên cứu hỏi họ cái giá rẻ nhất mà họ chấp nhận để tiếp tục thí nghiệm là bao nhiêu. Những người được nhận 10 xu thì yêu cầu lần tới phải trả 33 xu. Còn cái giá để tiếp tục đối với những người đã nhận 90 xu là 73 xu.

Thí nghiệm này được lặp đi lặp lại nhiều lần với những thay đổi nhỏ, nhưng cho dù họ có thay đổi mức giá ban đầu hay thay đổi âm thanh mà người tham gia phải nghe thế nào đi chăng nữa, những người nhận được ít tiền trong lần đầu tiên luôn yêu cầu mức giá thấp hơn so với những người đã nhận được nhiều tiền hơn. Những người ngay từ đầu đã được nhận nhiều tiền sẽ từ chối mức giá thấp hơn cho các lần sau.

Nếu bạn vừa nâng cấp lên một chiếc xe hơi xịn, một căn nhà rộng rãi, máy tính hiện đại, hay một chiếc điện thoại đời mới nhất, sẽ rất khó để bạn có thể trở lại sử dụng những thứ thấp cấp hơn, kể cả khi bạn nên làm vậy. Những người bỏ tiền tấn ra để mua túi xách cũng ý thức được rằng họ đang bị lợi dụng ít nhiều, mặc dù vậy hiệu ứng mỏ neo vẫn len lỏi vào và bòn rút được tài khoản ngân hàng của họ. Liệu một chiếc ví cầm tay Louis Vuitton trị giá 800 đô-la có giá trị sử dụng tốt hơn so với một chiếc túi xách 25 đô-la mua từ Walmart? Không hề, kể cả là nó có được làm từ da hươu cao cổ và được thêu tay bởi những quý lùn đầy ma thuật đi chăng nữa. Nó vẫn chỉ

là một chiếc ví không hơn không kém. Nhưng mà mỏ neo đã được thả xuống. Túi Louis Vuitton luôn phải đắt, và bản thân sự thật đó đã mang giá trị xã hội. Người ta vẫn cứ mua và cảm thấy hạnh phúc. Nếu ở Walmart mà có xuất hiện một chiếc túi 800 đô-la thì chắc chắn nó sẽ chẳng bao giờ rời khỏi kệ. Cái giá đó nằm ở mức quá xa so với mỏ neo vốn đã được đặt sẵn và nó khiến người tiêu dùng nghĩ rằng chiếc túi đó không đáng mua.

Cũng giống như hầu hết các hiện tượng tâm lý khác, hiệu ứng mỏ neo cũng có thể được sử dụng để khiến con người làm việc tốt. Ví dụ điển hình nhất là thí nghiệm vào năm 1975 của Catalan, Lewis, Vincent, và Wheeler. Khi họ nhờ một nhóm sinh viên đi làm tình nguyện 2 giờ mỗi tuần trong vòng 2 năm. Tất cả đều từ chối. Sau đó các nhà khoa học hỏi xem liệu họ có đồng ý tình nguyện một lần duy nhất trong vòng 2 giờ đồng hồ không. Một nửa đã đồng ý. Trong trường hợp các nhà khoa học không hỏi câu đầu tiên với hạn định 2 năm thì chỉ có 17% số sinh viên đồng ý tham gia.

Hãy nhớ tới những nghiên cứu trên khi bạn đi thương lượng. Bạn sẽ luôn phải bắt đầu từ một xuất phát điểm, và quyết định hay tính toán ban đầu sẽ ảnh hưởng rất lớn đến những lựa chọn theo sau. Chúng sẽ cứ tiếp nối, liên hệ với nhau qua những mỏ neo vô hình được thiết lập trước đó. Rất nhiều trong số những lựa chọn hàng ngày của bạn là sự lặp lại của những quyết định trong quá khứ. Cũng giống như việc đào một con kênh trên nền đất bằng một đoàn tàu của những lựa chọn, bạn luôn đi theo lối cũ đã được con người trước của chính bạn xây nên. Những mỏ neo có nguồn gốc từ bên ngoài, như là giá cả trước khi khuyến mại hay những yêu cầu kỳ dị, chúng rất rõ ràng và dễ phòng tránh. Ngược lại, những mỏ neo xuất phát từ bên trong do bạn tự tạo ra trong quá khứ rất khó để vượt qua. Bạn dạo qua một số các trang web nhất định mỗi ngày, ăn bữa sáng với một vài món lặp đi lặp lại. Khi phải đi mua đồ ăn cho mèo hay mang xe đi sửa, bạn có những địa chỉ hay nhãn hăng ưa thích. Tới ngày bầu cử, bạn gần như đã biết trước

được ai sẽ nhận phiếu bầu từ bạn. Những lựa chọn này rất dễ phỏng đoán. Hãy tự hỏi chính mình là điều gì thôi thúc chúng? Liệu rằng những mỏ neo vô hình cũ có đang điều khiển cuộc sống hiện tại của bạn?

Khi chuẩn bị tiêu tiền, hãy nhớ rằng đối phương trên bàn thương lượng đang nghĩ rằng bạn chẳng thông minh lắm đâu, và chính họ cũng đang dựa vào hiệu ứng mỏ neo khi ton hót với bạn về lợi ích của món hàng và số tiền mà bạn có thể tiết kiệm được khi mua từ họ.

## SỰ CHÚ Ý

### BẠN VẪN TƯỜNG

Bạn nhìn thấy hết mọi thứ diễn ra trước mắt, thu thập mọi thông tin như một chiếc máy ảnh vậy.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn chỉ có khả năng nhận biết được một phần rất nhỏ trong toàn bộ lượng thông tin mà mắt thu vào. Trong đó, phần được lý trí xử lý và lưu vào bộ nhớ thì còn ít hơn nữa.

Hãy nhớ lại lần cuối bạn nói chuyện với ai đó trong một bữa tiệc đông người, hay là trong một câu lạc bộ đêm. Một anh chàng trong góc đang nhảy điệu running man<sup>☺</sup>, một cô gái đang lắc hông, uốn éo, tiếng nhạc techno rẻ tiền xập xình – tất cả những thứ này đều chìm vào phong nền khi bạn cố gắng căng tai nghe người đối diện kể chuyện và tưởng tượng về chuyến đi chơi Ireland của anh ấy. Căn phòng vẫn rất ồn ào, nhưng bên trong đầu bạn thì mọi thứ đã thay đổi. Khi bạn tập trung trí óc vào một thứ nhất định, mọi thứ xung quanh đều chìm vào vùng ngoại biên.

Trong những bộ phim khoa học giả tưởng như *Minority Report* hay *Strange Days*, ký ức của các nhân vật trong phim được tua lại như những đoạn phim ngắn. Những đoạn ký ức này được máy quay quay từ mọi góc độ, thu lại toàn bộ hoạt động, cảm xúc của tất cả các nhân vật. Tuy nhiên đây lại không phải là cách bạn nhìn và ghi nhớ trong đời thực. Đối với âm thanh thì bạn luôn lọc ra những tạp âm không quan trọng. Dù là ở chỗ làm, trong thành phố, hay khi xem TV, bạn luôn vô thức vặn nhỏ âm lượng của

những thứ mà bạn không quan tâm. Khi bạn tách giọng của một người ra khỏi đám đông, mọi thứ xung quanh không chỉ bị vụn nhỏ; hầu hết chúng còn lướt qua tâm trí bạn mà không đọng lại chút nào trong bộ nhớ. Khi nói tới âm thanh, bạn dễ dàng chấp nhận điều này. Thế nhưng bạn lại khó lòng tin rằng điều tương tự cũng xảy ra với những thông tin thu thập từ thị giác. Những thứ thu hút sự chú ý của bạn tạo nên những khung cảnh luôn thay đổi trong tâm trí. Mọi thứ khác đều sẽ bị mờ đi, hoặc biến mất hoàn toàn.

Mọi việc không chỉ dừng lại ở chuyện bạn chỉ nhận biết được thứ mà bạn đang để mắt tới, qua một khoảng thời gian dài, bạn có thể trở nên quá quen thuộc với một khung cảnh nào đó tới nỗi tất cả mọi thứ đều chìm vào hậu cảnh. Mấy cái chìa khóa chết tiệt đó ở đâu rồi chứ? Bạn vừa mới để chúng ở đây mà. Thôi xong, bạn sắp muộn giờ rồi. Làm sao bạn lại có thể mất chìa khóa ngay trong nhà của mình cơ chứ? Dám cá là không chỉ có chìa khóa – đã có vô số lần bạn tưởng rằng mình làm mất ví, túi xách, điện thoại, hay bất kỳ thứ gì khác, và rồi tìm thấy chúng đang ngồi chễm chệ ngay trước mặt rồi chứ gì. Bạn vừa mới triển khai một chiến dịch đào vàng tìm kho báu ngay trong phòng mình, và giờ thì tự hỏi tại sao có những lúc chỉ số IQ của bản thân lại có thể tụt xuống tận 30 điểm như vậy.

Các nhà tâm lý học gọi hiện tượng bỏ lỡ thông tin cho dù chúng đang hiển hiện ngay trước mặt là chứng **mù do thiếu chú ý** (*inattention blindness*). Bạn có thể tự tin rằng mắt mình nhìn thấy và bộ nhớ ghi lại mọi thứ ở trước mặt. Sự thật là trong mỗi khoảnh khắc, bạn chỉ có thể nhìn thấy một phần rất nhỏ trong môi trường xung quanh. Sự tập trung của bạn giống như một chiếc đèn pha vậy, nó chỉ có thể rọi sáng một phần nhỏ trong toàn bộ tầm nhìn của bạn.

Nhà tâm lý học Daniel Simons và Christopher Chabris đã chứng minh điều này vào năm 1999. Họ chia sinh viên thành hai nhóm để chơi chuyên

bóng. Một nửa mặc áo trắng, nửa còn lại mặc áo đen. Simons và Chabris đã ghi hình lại và cho những đối tượng tham gia thí nghiệm xem. Trước đó thì những người này được yêu cầu phải đếm số lần bóng được chuyển giữa những sinh viên mặc áo trắng. Nếu muốn thì bạn có thể thử tự đếm bằng cách truy cập vào trang [www.theinvisiblegorilla.com](http://www.theinvisiblegorilla.com), họ đã tải video đó lên mạng rồi. Thật đấy, bạn nên thử ngay trước khi đọc tiếp nếu không muốn bị tôi phá hỏng trải nghiệm đặc biệt có được từ thí nghiệm này. Quay trở lại với thí nghiệm năm 1999, hầu hết những người tham gia đều không hề gặp khó khăn bởi họ đã tập trung hết sức – gần như chẳng ai buồn chớp mắt – và chăm chú đếm từng lần chuyển bóng. Tiếp theo, các nhà khoa học hỏi họ là có nhận ra điều gì bất thường trong đoạn phim vừa xem không. Hầu hết đều trả lời là không có gì đặc biệt. Điều mà những người tham gia đã không nhìn ra là một người phụ nữ mặc bộ đồ tinh tinh đã bước vào khung hình ngay giữa lúc các sinh viên vẫn đang chuyển bóng cho nhau, vẫy tay chào khán giả trước khi từ tốn bước ra ngoài. Khi được yêu cầu miêu tả lại những điều mà họ vừa xem trong đoạn phim, họ đều có thể chỉ ra được phần hậu cảnh, đặc điểm chung của những người chơi, độ gay cấn của những pha chuyển bóng, nhưng khoảng một nửa đã không nhận ra sự xuất hiện của *con tinh tinh*.

Simons và Chabris đã chứng minh rằng tầm nhìn qua đường hầm<sup>⊙</sup> là một sự thật của cuộc sống – thậm chí nó còn là chế độ cài đặt ban đầu của bạn. Trong công trình nghiên cứu của mình, họ đã chỉ ra rằng việc lướt qua và không nhận ra người quen trong rạp chiếu phim khi đang tìm chỗ ngồi, hay việc không nhận ra ai đó vừa có kiểu tóc mới là rất dễ xảy ra. Sự nhận thức của bạn được xây dựng nên từ thứ mà bạn tập trung chú ý. Trong thí nghiệm với con tinh tinh trong đoạn phim, khả năng nhìn ra điểm kỳ lạ sẽ cao hơn nếu những người tham gia chỉ xem một cách bình thường mà không trông đợi điều gì đặc biệt. Tầm nhìn của bạn bị thu hẹp lại khi bạn

phải tập trung, nhưng điều này không có nghĩa là nó sẽ mở rộng ra khi bạn thư giãn. Bạn có xu hướng bỏ qua những thứ ở hậu cảnh hoặc nghĩ về những thứ khác. Khi bạn bước vào kho và tự hỏi mình đang làm gì ở đó, bạn đứng một chỗ, chớp mắt như kẻ mộng du vừa bị đánh thức. Trên nhiều khía cạnh, đó chính là trạng thái bạn gặp phải khi sự tập trung của bạn bị phá vỡ.

Vấn đề với chứng mù do thiếu chú ý không phải là nó xảy ra thường xuyên, mà là bạn không tin rằng nó tồn tại. Thay vào đó bạn tin rằng bạn có khả năng nhìn được cả thế giới. Trong bất kỳ trường hợp nào có nhân chứng hay việc tập trung quan sát là điểm mấu chốt, xu hướng tin rằng mình có góc nhìn, nhận thức và khả năng gọi lại ký ức hoàn hảo sẽ dẫn tới những sai lầm trong việc đánh giá chính bản thân tâm trí bạn cũng như tâm trí của những người khác. Mắt người không phải là máy quay phim, và ký ức cũng chẳng phải là những thước phim.

Anh em sinh đôi với chứng mù do thiếu chú ý là chứng **mù trước sự thay đổi** (*change blindness*). Bộ não không thể theo kịp lượng thông tin khổng lồ thu được từ mắt bạn, và bởi vậy mọi trải nghiệm của bạn luôn được tự động tối giản hóa. Mù trước sự thay đổi có nghĩa là bạn không thể nhận ra ngay cả khi những thứ xung quanh bạn đã bị thay đổi và trở nên khác biệt rõ rệt so với một tích tắc trước. Thực tế mà bạn đang cảm nhận thực ra lại là một trải nghiệm ảo được bộ não tạo ra dựa trên những thông tin đến từ các giác quan.

Bạn không nhận được luồng thông tin thô, mà thay vào đó là phiên bản đã được biên tập.

Trong một thí nghiệm khác cũng của Simons và Chabris, các đối tượng tham gia đã phải gặp một người đàn ông để ký vào biên bản hợp tác trước khi bước vào phòng mà họ tưởng là nơi làm thí nghiệm. Người đàn ông đó

đứng sau một chiếc bàn cao giống như ở quầy tiếp tân khách sạn. Sau khi những người tham gia ký xong, anh ta cầm lấy tờ đó và cúi xuống sau bàn để cất đi. Lúc này một người đàn ông khác sẽ đứng dậy và đưa cho người tham gia tập thông tin hướng dẫn. 75% số người tham gia đã không nhận ra đó là một người hoàn toàn khác. Họ không gặp chút vấn đề gì khi nhớ lại các đặc điểm của căn phòng và bản thân sự tương tác với lễ tân, nhưng nhân thân của anh ta lại chỉ là một dấu ấn thoáng qua. Bộ não của họ đã ghi lại rằng đó là một người đàn ông da trắng, trẻ tuổi, và hết. Sự chú ý của họ không tập trung vào bản thân người lễ tân đó nên ký ức về anh ta rất mập mờ. Và việc người khác vào thế chỗ của anh ta cũng không hề đánh động họ.

Với một thí nghiệm khác nữa, Simons và Chabris đã cho trình chiếu một cuộc hội thoại trên bàn ăn giữa hai diễn viên. Đoạn phim ngắn này được quay ở hai góc khác nhau, khi diễn viên nào nói thì máy sẽ quay trực diện người đó. Những góc quay này được thay đổi liên tục, và mỗi lần như vậy, sẽ có những điểm nhỏ trong bối cảnh bị thay đổi. Màu của chiếc đĩa đổi từ trắng thành đỏ, đồ ăn hiện ra và biến mất, và ngay cả quần áo họ mặc cũng thay đổi giữa mỗi phân cảnh. Khi được hỏi là họ có nhận thấy điều gì lạ không, hầu hết những người xem đều lắc đầu. Khi những người làm thí nghiệm yêu cầu họ xem lại và nói trước rằng sẽ có những điểm bị thay đổi, trung bình chỉ có 2 trong số 9 sự thay đổi bị phát hiện. Khi thực hiện lại thí nghiệm này với một diễn viên nghe thấy chuông điện thoại kêu nhưng người trả lời ở khung cảnh tiếp theo lại là người khác, cũng chỉ có 33% số người xem nhận ra sự hoán đổi này.

Các nhà ảo thuật gia có thể tác nghiệp cũng là nhờ hiện tượng này. Chỉ cần đánh lạc hướng một chút là có thể giấu đi những thay đổi trong tầm nhìn của bạn. Bạn tin rằng khi có gì đó bất thường xảy ra thì tay bảo vệ trong não bạn sẽ giật mình tới mức sắc cà phê và gọi ngay sếp tổng đến.



Nhưng mà thực tế là chẳng có nhân viên bảo vệ hay sếp tổng nào cả. Cảnh ảo thuật gia biết rõ rằng bộ não không đơn thuần chỉ là một trung tâm thu nhận tín hiệu bị động từ hai con mắt. Ngược lại, chính bộ não có vai trò quyết định xem đâu mới là điểm cần chú ý. Khi bạn vừa lái xe vừa nói chuyện điện thoại, bạn đã bỏ lỡ bao nhiêu phần thông tin? Các nghiên cứu cho thấy bạn có thể vẫn mở to mắt mà lại không hề nhìn thấy chiếc xe hơi, xe máy, hay con hươu sắp băng qua lối bạn đi.

Vào khoảng cuối những năm 1970, Richard Haines tại NASA đã thử nghiệm loại màn hình trong suốt trên máy bay dân dụng. Công trình nghiên cứu của ông cho thấy rằng những thứ không lường trước có thể sẽ chẳng hề khiến bạn chú ý, ngay cả khi bạn đang ở trạng thái cảnh giác cao độ. Màn hình trong suốt là màn hình hiển thị các thông tin cần thiết ở khoảng không ngay giữa phi công và kính lái. Mục đích của nó là giúp phi công luôn nhìn về phía trước thay vì tập trung chú ý tới bảng điều khiển trong buồng lái. Khi cho thử nghiệm hệ thống hiển thị mới này trong một buồng giả lập với nhiệm vụ hạ cánh, Haines đã nhận thấy tốc độ phản ứng của phi công trở nên chậm hơn. Thậm chí nhiều người còn không nhận ra có một chiếc máy bay khác trên đường băng. Các phi công đã chú ý tới công nghệ mới tới nỗi họ không nhìn thấy một thứ vốn rất khó có thể bỏ qua. Vậy là công nghệ vốn được thiết kế để hỗ trợ họ lại có tác dụng tiêu cực. Bạn càng chú ý tập trung vào một thứ gì đó thì bạn càng ít cảnh giác với những điều khác thường, và điều đó khiến bạn khó nhìn thấy chúng hơn, thậm chí là trong những tình huống liên quan tới mạng sống của nhiều người.

Một chi tiết kỳ lạ đã được phát hiện nhờ nghiên cứu của Richard Nisbett và Hanna-Faye Chua tại Đại học Michigan vào năm 2005. Trong thí nghiệm của mình, họ đã cho những người lớn lên dưới ảnh hưởng của văn hóa phương Tây và văn hóa Đông Á xem những bức ảnh chụp một vật thể với hậu cảnh thú vị. Khi theo dõi chuyển động mắt của các đối tượng, họ phát

hiện ra rằng những người thuộc văn hóa phương Tây có xu hướng tập trung ngay vào chủ thể và bỏ qua phần hậu cảnh, trong khi đó người châu Á lại thường quan sát mọi thứ. Nếu là bức hình của một chiếc máy bay bay qua rừng núi, con mắt người phương Tây sẽ nhanh chóng nhìn vào chiếc máy bay và tập trung quan sát nó. Một thí nghiệm tương tự cũng đã được thực hiện tại Đại học Alberta. Trong thí nghiệm này, người phương Tây và người Nhật được xem đoạn phim hoạt hình với 1 nhân vật ở tiền cảnh và 4 nhân vật ở hậu cảnh. Kết quả cho thấy người Nhật bỏ ra tới 15% thời gian để quan sát các nhân vật phụ, trong khi người phương Tây chỉ bỏ ra 5%. Những nghiên cứu về sự khác biệt trong xu hướng nhận thức giữa các nền văn hóa khác nhau là rất mới, nhưng những kết quả ban đầu cho thấy văn hóa phương Tây ít để tâm chú ý tới bối cảnh mà quan tâm nhiều tới chủ thể ở trung tâm của sự chú ý. Bởi vì vậy, có thể người phương Tây sẽ dễ bị mắc phải cả hai chứng mù do thiếu chú ý và mù trước sự thay đổi hơn so với người phương Đông.

Thế giới thực tại bên ngoài hoàn toàn khác với những điều diễn ra trong đầu bạn. Những luồng thông tin chảy vào ý thức từ các giác quan không chỉ bị giới hạn bởi sự chú ý, mà còn bị biên tập trước khi chúng tới nơi. Một khi đã tới đó, chúng lại được nhào nặn với những ý nghĩ và quan niệm có sẵn như thể các màu sơn trộn lẫn vào nhau. Điều mà bạn đang cảm thấy ngay tại thời điểm đó, nền văn hóa mà bạn chịu ảnh hưởng, nhiệm vụ đang phải hoàn thành, sự hỗn độn của công nghệ và xã hội – tất cả những điều này đều vào cuộc để tạo ra một cốc sinh tố nhiều màu của thế giới xung quanh. Chỉ một phần nhỏ của cốc sinh tố đó có thể thẩm thấu vào tâm trí bạn. Và mặc dù vậy, bánh xe lớn của hoạt động xã hội và sự sáng tạo của nhân loại vẫn quay đều. Bạn vô thức lựa chọn những thứ mà mình muốn tập trung chú ý. Bạn làm vậy nhiều hơn bạn nghĩ, và rồi bạn lại tạo nên những niềm tin mà không màng đến sự lựa chọn vô thức ban đầu.

Đây là điều vốn không thể thay đổi được, và bạn chỉ có thể cố gắng lựa chọn điểm nhìn sao cho thật đúng đắn. Đừng quá tin tưởng vào các giác quan của mình khi bạn đang đeo tai nghe để nói chuyện điện thoại trong lúc lái xe, hay lúc bạn đang đắm mình vào một cuốn sách tại nơi công cộng. Không có gì đảm bảo những sự kiện bất ngờ có thể kéo bạn trở lại với thực tại đâu.

## SỰ TỰ CHẤP

### BẠN VẤN TƯỞNG

Trong mọi việc, bạn luôn cố gắng để đạt được thành công.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn thường tạo ra những điều kiện cho sự thất bại để tự bảo vệ cái tôi của mình.

Chắc bạn có quen một ai đó lúc nào cũng ở trong tình trạng ốm yếu. Thậm chí đó có thể chính là bạn. Nhưng thôi, cứ cho là không phải đi. Người mắc phải chứng nghỉ bệnh, luôn luôn phàn nàn rằng mình đang bị cảm, sốt, bị đau bụng hoặc là đau lưng. Những người có thói quen tự cho rằng mình không khỏe nhận được một vài lợi ích nhất định. Một người mắc chứng nghỉ bệnh luôn nhận lấy sự thông cảm như một bông hoa hấp thu ánh nắng mặt trời; thế nhưng lợi ích thực sự sẽ đến vào lúc cuộc sống của họ vấp phải những khó khăn. Khi một dự án hay một nhiệm vụ có vẻ quá tải, những người nghỉ bệnh luôn có thể vừa hay bị ốm vừa tránh khỏi thất bại.

Giống như hầu hết những hành vi khác thường, chứng nghỉ bệnh là một phiên bản thái quá của những thứ mà ai cũng thi thoảng nghĩ và cảm nhận. Ai cũng có lúc chán nản, cũng như ai cũng có lúc ám ảnh với việc lau dọn mọi thứ xung quanh. Những cơn trầm cảm lớn, hay hội chứng rối loạn ám ảnh cưỡng chế<sup>Ⓢ</sup> phóng đại những xu hướng hành vi này lên thành phiên bản cực đoan khó kiểm soát. Bạn cũng có xu hướng tạo ra những lý do bào

chữa cho thất bại giống như người mắc chứng nghỉ bệnh, chỉ là họ ở mức độ cực đoan hơn mà thôi.

Sẽ có lúc bạn phải đối mặt với những công việc hay dự án to lớn và khó khăn tới nỗi bạn tự đặt câu hỏi về khả năng thành công của mình. Đó có thể là những dự án hoành tráng như viết một cuốn sách, hay là đạo diễn một bộ phim lớn, nhưng cũng có thể chỉ là những việc tẻ nhạt hơn như là vượt qua một kỳ thi cuối kỳ, hay là phát biểu trước lãnh đạo của tổng công ty. Những nghi ngờ sẽ đến với tâm trí bạn một cách tự nhiên bất cứ khi nào nguy cơ thất bại hiện hữu. Đôi khi, nỗi sợ này trở nên quá lớn và bạn sẽ áp dụng một kỹ thuật mà các nhà tâm lý học gọi là **sự tự chấp** (*self-handicapping*) để thay đổi trạng thái tâm lý trong tương lai. Sự tự chấp là một cuộc thương lượng với thực tại, một sự thao túng cảm nhận thức của bạn lẫn của những người xung quanh một cách vô thức để bảo vệ cái tôi. Giống như con cáo với chùm nho chua, bạn giả bộ như thể không muốn thứ mà bạn chẳng thể có, và ngược lại là *quả chanh ngọt*<sup>☺</sup>, bạn tự thuyết phục mình rằng một thứ gì đó cũng không đến nỗi nào trong khi thực tế là nó rất tệ. Sự tự chấp còn được các nhà tâm lý học gọi là **sự hợp lý hóa phòng ngừa** (*anticipatory rationalization*). Sự tự chấp là khoản đầu tư vào một tương lai, nơi mà bạn có thể đổ trách nhiệm cho sự thất bại lên thứ gì khác chứ không phải là khả năng của mình.

Giống như rất nhiều những chủ đề khác trong cuốn sách này, sự tự chấp cũng có chung mục đích là giữ cho cái tôi vô cùng quan trọng của bạn được khỏe mạnh và vững vàng. Nếu bạn luôn có thể đổ lỗi cho những yếu tố ngoại cảnh thay vì năng lực bản thân thì chẳng ai có thể nói rằng bạn thực sự thất bại được, phải không nào?

Sự tự chấp đã được nghiên cứu lần đầu vào năm 1978, bởi hai nhà tâm lý học Steven Berglas và Edward E. Jones. Trong thí nghiệm của mình, họ

đã cho sinh viên làm những bài kiểm tra khó và sau đó, không cần biết kết quả thế nào, họ thông báo rằng tất cả đều đạt điểm tối đa. Berglas và Jones đưa ra giả thiết rằng sau khi hình ảnh về bản thân đã được thổi phồng lên, các sinh viên này sẽ bảo vệ cái tôi cá nhân bất cứ khi nào có cơ hội. Khi cho những sinh viên này thực hiện bài kiểm tra tiếp theo, các nhà khoa học đã đưa ra hai lựa chọn, sử dụng thuốc làm giảm hoặc thuốc tăng cường trí não trước khi làm bài. Hầu hết tất cả các sinh viên tham gia đều chọn thuốc làm giảm khả năng hoạt động của trí não. Viên thuốc là giả và không có tác dụng gì cả, nhưng sự lựa chọn của họ là thật. Thí nghiệm này cho thấy khi bạn thành công mà không rõ tại sao, một cách vô thức bạn tự đặt câu hỏi về khả năng thực sự của mình. Và đến khi bài kiểm tra khả năng được tăng độ khó, nỗi sợ thất bại cũng tăng theo. Thay vì tạo dựng một lời bào chữa như một lời nói dối, bạn tạo nên một điều kiện để mở đường cho lời bào chữa trở thành sự thật.

Bạn có thể mặc một bộ quần áo không phù hợp để tới một buổi phỏng vấn việc làm, chọn một nhân vật tệ trong trò Mario Kart, hay là uống rượu say sưa vào một tối trong tuần – bạn rất lăm chiêu trong việc tự đặt ra những bối cảnh để dẫn tới sự thất bại trong tương lai. Nếu thành công, bạn có thể nói rằng bạn đã làm thật tốt mặc cho mọi khó khăn cản trở. Còn trong trường hợp việc không thành, bạn lại có thể đổ thừa cho ngoại cảnh thay vì sự yếu kém và thiếu năng lực của bản thân.

Năm 2006, Adam Alter và Joseph Forgas tại Đại học New South Wales đã phát hiện rằng tâm trạng là một chỉ dấu khá chính xác để biết được khi nào bạn chuẩn bị sử dụng tới sự tự chấp; thế nhưng không phải theo cách mà bạn nghĩ đâu. Trong thí nghiệm của mình, họ cho những người tham gia làm bài kiểm tra khả năng phát âm rồi chia họ thành hai nhóm. Một nhóm được báo rằng họ đã làm bài rất tốt, nhóm còn lại thì được báo rằng kết quả của họ rất tệ. Thực chất điểm số trong bài kiểm tra không có nghĩa lý gì, bởi

các nhà khoa học chỉ quan tâm tới việc thổi phồng cái tôi của các đối tượng tham gia. Sau khi được mời hình ảnh tích cực về bản thân vào tiềm thức, những người tham gia được cho xem những đoạn phim có khả năng ảnh hưởng tới tâm trạng của họ. Một nửa được xem phim hài Anh quốc, nửa còn lại xem phim tài liệu về ung thư. Sau khi xem xong, những người này được yêu cầu chọn giữa hai loại nước trà trước khi thực hiện bài kiểm tra tiếp theo. Một loại trà sẽ khiến họ buồn ngủ, loại còn lại sẽ giúp họ tỉnh táo hơn. Đây là thời khắc quan trọng nhất trong cả thí nghiệm: Liệu khả năng thực hiện sự tự chấp của những người đang buồn có cao hơn không? Kết quả cho thấy điều đó là không đúng. Sự thật là những người đang có tâm trạng tốt mới dễ mắc phải sự tự chấp. Cụ thể là có tới 65% số người vừa xem xong phim hài Anh quốc đã chọn loại trà gây buồn ngủ, trong khi chỉ có 34% trong nhóm còn lại chọn loại trà này. Để chắc chắn hơn, hai nhà khoa học đã thực hiện thí nghiệm này nhiều lần với một số yếu tố được thay đổi, và kết luận cuối cùng được đưa ra là bạn càng vui vẻ, phấn chấn thì khả năng bạn sẽ tìm cách để tự lừa dối bản thân và giữ vững lăng kính màu hồng về cuộc đời và về khả năng của chính mình càng cao. Những người đang buồn thì lại có vẻ thành thực với bản thân hơn.

Bản ngã và danh dự là những thứ mà bạn luôn quan tâm. Khi bạn đánh đồng phong độ của mình trong các hoạt động thường nhật với một phần tính cách của bản thân, bạn sẽ dễ thực hiện việc tự chấp hơn. Nhà tâm lý học Philip Zimbardo đã phát biểu trên tờ Thời báo New York vào năm 1984 rằng:

“Có những người đặt cược cả danh tính của mình lên từng hành động. Họ tỏ thái độ như thể ‘nếu bạn chỉ trích bất kỳ điều gì tôi làm thì nghĩa là bạn đang chỉ trích chính tôi.’ Sự vị kỷ này khiến cho họ không thể mạo hiểm thất bại dù chỉ một lần bởi đó sẽ là một đòn mạnh giáng xuống cái tôi của họ.”

Các nghiên cứu về đề tài này đều cho thấy rằng đàn ông thường có xu hướng thực hiện tự chấp cao hơn so với phụ nữ. Nguyên nhân vẫn chưa được giải thích thấu đáo. Có thể là do đàn ông phải chịu nhiều áp lực từ xã hội hơn trong việc chứng tỏ mình là một người có khả năng, hoặc là bởi đấng mày râu có xu hướng liên hệ những công việc ngoại vi với cảm quan về giá trị bản thân nhiều hơn. Lý do thực sự vẫn chưa được làm sáng tỏ, nhưng xu hướng này là có thật: Đàn ông sử dụng sự tự chấp để đối chọi với nỗi sợ thất bại nhiều hơn phụ nữ.

Cứ mỗi khi bạn bước chân vào một lĩnh vực mới và khả năng thất bại hiển hiện trước mắt, mức độ lo lắng của bạn có thể giảm xuống đáng kể nếu bạn tìm được những cách mới để đổ lỗi cho những yếu tố nằm ngoài tầm kiểm soát của bạn. Lần tới, khi bạn đứng trước một thử thách, hãy nhớ rằng bạn không thông minh lắm đâu và tốt nhất là nên chuẩn bị tinh thần từ bây giờ đi.



## NHỮNG LỜI TIÊN TRI TỰ HOÀN THÀNH

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Tương lai chịu tác động của những thế lực ngoài tầm kiểm soát của bạn.

### SỰ THẬT LÀ

Chỉ có niềm tin là có thể khiến một sự kiện trong tương lai thực sự xảy ra, nếu sự kiện đó phụ thuộc vào hành vi của con người.

---

**Những lời tiên tri tự hoàn thành** (*self-fulfilling prophecies*) là một khái niệm đã xuất hiện từ thời cổ chí kim trong những truyện dân gian và cổ tích trong tất cả các nền văn minh nhân loại, nhưng nó lại không phải là một điều giả tưởng.

Các nghiên cứu đã chỉ ra bạn rất dễ rơi vào cái bẫy của hiện tượng này, bởi bạn luôn tìm cách dự đoán trước hành vi của những người khác. Tương lai là hệ quả của các hành động, và các hành động là hệ quả của hành vi, còn hành vi thì lại là hệ quả của những dự đoán về tương lai. Đây được gọi là định luật Thomas. Năm 1928, nhà xã hội học W. I. Thomas đã đưa ra định đề sau:

“Nếu người ta cho rằng một tình huống là thật và hành động dựa trên ‘sự thật’ đó, thì đến cuối cùng, nó sẽ trở thành thật.”

Thomas nhận thấy rằng khi cố gắng tiên lượng trước tương lai, con người thường tạo ra rất nhiều những giả định về hiện tại. Nếu những giả định này đủ mạnh, các hành động kéo theo sẽ dẫn tới tương lai đã được tiên lượng trước.

Ví dụ dễ thấy nhất của hiện tượng này là lời đồn đoán về sự thiếu hụt của một mặt hàng nào đó. Nếu bạn tin rằng một vụ khủng hoảng kem đánh răng sắp xảy ra, bạn sẽ chạy ngay ra cửa hàng và mua một ít về tích trữ – giống như tất cả những người khác. Và cứ thế, nhà nhà đi mua, người người đi mua, cuối cùng, vụ thiếu hụt kem đánh răng cũng sẽ xảy ra thật.

Nhà xã hội học Robert K. Merton đã đưa ra khái niệm về lời tiên tri tự hoàn thành vào năm 1968. Theo định nghĩa của ông thì hiện tượng này luôn bắt đầu bằng một đánh giá sai lầm về thực trạng hiện tại. Những hành vi tiếp nối sẽ dựa trên niềm tin rằng đánh giá đó là đúng, và một khi có đủ số người hành động trên cùng nguyên lý, thì giả định sai có thể trở thành hiện thực. Một điều vốn là sai sau đó trở thành đúng, và trong nhận thức của mọi người sau này thì nó vẫn luôn là sự thật.

Khởi nguồn sức mạnh của những lời tiên tri tự hoàn thành nằm ở cách xã hội định nghĩa về thực tại, và hầu hết mọi thứ trong cuộc sống bạn đều được định nghĩa bởi xã hội chứ không phải thông qua logic. Một thứ có thể được định giá bằng logic, ví dụ như doanh số album bán ra của nhóm Foghat, thì luôn có thể cân đo đong đếm được. Tuy nhiên, đánh giá về chất lượng nhạc của Foghat, hay về việc họ có xứng đáng được chơi trong giờ nghỉ giữa hiệp của trận Super Bowl<sup>Ⓢ</sup> hay không, thì lại được quyết định bởi các nhân tố xã hội. Nếu một đánh giá của nhiều người được chuyển hóa thành hành động, chính sách, hay niềm tin thì đánh giá đó rất có thể trở thành hiện thực. Đơn giản chỉ vì có quá nhiều thứ trong cuộc sống bị chi phối bởi hành vi con người. Liệu nước đóng chai có tốt hơn nước lấy từ

vòi? Chăn của Snuggie có tốt hơn các loại chăn khác? Liệu những bộ đồ leisure suit<sup>Ⓢ</sup> có thể hiện phong cách thời trang đỉnh cao? Liệu *Inception* có phải là bộ phim tuyệt vời nhất trên đời? Bởi vì những quan điểm này không thể được phân tích một cách khoa học, chúng có thể hoán đổi vị trí từ đúng thành sai rồi thành có thể; vòng luẩn quẩn này cứ tiếp tục bởi vì chúng do xã hội định nghĩa. Chúng phụ thuộc vào những cảm tính chủ quan và niềm tin bấp bênh của tập thể. Mong muốn đồng thuận của xã hội tại thời điểm nhất định có thể tạo nên cả một thực tại riêng, tách ra khỏi thực tại của những thứ có thể xác định rõ ràng như nguyệt thực hay là bán kính hình tròn. Bạn ngụp lặn trong đại dương của những ý kiến xã hội và xu hướng tâm lý; chúng tồn tại cả ở văn hóa cổ xưa lẫn văn hóa đại chúng. Khi những quan niệm, tư tưởng này trở thành niềm tin, rồi sau đó niềm tin tạo ra hành động, những yếu tố logic và có thể đong đếm được trong thực tế cũng sẽ bị biến đổi theo.

Năm 1995, hai nhà tâm lý học Claude Steel và Joshua Aronson đã thực hiện một nghiên cứu, trong đó họ cho những người Mỹ da trắng và da màu làm bài kiểm tra GRE<sup>Ⓢ</sup>. Đây là một bài kiểm tra tiêu chuẩn được sử dụng bởi nhiều trường Đại học để xác định trình độ của ứng viên xem họ có đủ tiêu chuẩn không. Vốn là một bài kiểm tra khó và yêu cầu lượng kiến thức lớn, GRE là nguồn gốc của nỗi lo lắng ám ảnh rất nhiều người trong những sảnh đường Đại học. Steel và Aronson đã nói với một nửa số người tham gia rằng họ sẽ đánh giá cả độ thông minh nữa. Họ cho rằng với những người đó, độ căng thẳng sẽ vì thế mà tăng cao hơn. Khi nhận được kết quả, chất lượng bài thi của các sinh viên da trắng gần như không thay đổi giữa hai nhóm. Tuy nhiên, với những sinh viên da màu thì câu chuyện lại hoàn toàn khác. Vốn đã bị điều kiện hóa bởi một khuôn mẫu lạc hậu, họ thực hiện bài thi kém hơn khi tin rằng nó sẽ phơi bày trí thông minh thực sự của họ. Theo như kết luận của Steel và Aronson, sự kỳ thị xã hội đối với

những Mỹ gốc Phi đã tác động lên tư tưởng của họ. Trong khi nỗ lực phá bỏ khuôn mẫu về bản thân, họ đã có những suy nghĩ vẩn vơ và chính chúng đã làm họ sao nhãng trong khi đáng ra phải tập trung giải những câu hỏi hay bài toán trước mặt. Những sinh viên da trắng, vốn chẳng bao giờ phải trải nghiệm nỗi sợ này, đã có không gian tâm trí rộng rãi hơn để tập trung giải bài. Thí nghiệm dạng này đã được lặp lại với sự thay đổi về giới tính, quốc tịch, và đủ các loại điều kiện khác nữa. Các nhà tâm lý học gọi đây là **mối đe dọa từ khuôn mẫu** (*stereotype threat*). Khi bạn sợ rằng hành động sắp tới của mình sẽ xác nhận một khuôn mẫu tiêu cực về bản thân, nó có thể trở thành một lời tiên tri tự hoàn thành, không phải bởi vì khuôn mẫu đó đúng, mà bởi bạn không thể ngừng lo lắng rằng mình sẽ trở thành ví dụ chứng minh cho nó.

Những lời tiên tri tự hoàn thành này về bản chất chỉ là vấn đề nhận thức, và bởi vậy chúng rất dễ loại trừ. Một nghiên cứu khác được thực hiện bởi Steele đã đánh giá khả năng toán học của nam và nữ. Khi những bài toán ở mức đơn giản, các đối tượng ở cả hai giới có phong độ tương đương nhau. Tuy nhiên khi bài kiểm tra trở nên khó hơn, điểm số của các đối tượng nữ giảm rõ rệt so với nam giới. Steele cho thực hiện lại thí nghiệm trên, nhưng ở lần này, trước khi phát đề, những người tham gia được phổ biến rằng kết quả bài kiểm tra thường tương đương nhau dù người làm đề có là đàn ông hay phụ nữ. Và kết quả của phái nữ đã không còn thấp như lần trước, họ đã giải bài tốt ngang ngửa với cánh mày râu. Sức mạnh của khuôn mẫu *phụ nữ kém toán hơn đàn ông* đã bị triệt tiêu hoàn toàn.

Trong tâm lý học xã hội, những lời tiên tri tự hoàn thành có một phiên bản mang tên **lý thuyết gắn mác** (*labeling theory*). Theo như thuyết này thì khi ai đó tin rằng bạn thuộc một tuýp người nhất định, bạn sẽ có xu hướng hành xử sao cho khớp với suy nghĩ và mong đợi của người đó. Nếu thầy cô của bạn tin rằng bạn thông minh, họ sẽ đối xử với bạn như một người có

khả năng. Bạn cảm thấy mình nhận được nhiều sự quan tâm và tôn trọng, từ đó bạn có động lực hơn, bỏ ra nhiều nỗ lực hơn. Vòng quay phản hồi tích cực cứ thế lặp lại dẫn đến việc bạn thực sự trở thành con người khớp với cái mác họ dán lên bạn từ đầu. Trong một thí nghiệm do William Crano và Phyllis Mellon thực hiện vào năm 1978, vài học sinh tiểu học đã được chọn một cách ngẫu nhiên từ một lớp. Thầy cô của các học sinh này được cho biết rằng chúng là những đứa trẻ có IQ rất cao và có khả năng là thần đồng. Bài kiểm tra IQ tất nhiên đã không hề diễn ra, và kết quả này hoàn toàn là bịa đặt. Tuy nhiên, vì tin vào lời tiên tri này, các thầy cô đã chú ý đặc biệt tới những học sinh được chọn, và thế là kết quả học tập của chúng cũng tốt hơn các bạn cùng lớp.

Hãy nghĩ tới thị trường chứng khoán. Khi người ta tiên đoán rằng nó chuẩn bị suy thoái, họ sẽ không đầu tư nữa và bắt đầu bán tháo. Những người khác nghe về sự bán tháo này sẽ cũng bắt chước và bán theo. Ngày càng có nhiều người cố gắng dự đoán trước tương lai, và lệnh bán sẽ ngày càng tăng. Một khi truyền thông đại chúng đánh hơi được và vào cuộc, giá chứng khoán sẽ lao dốc không phanh.

Các nghiên cứu đã cho thấy khi bạn tin rằng ai đó là kẻ khốn, bạn sẽ có thái độ thù địch với họ, và việc đó sẽ khiến họ hành xử như một kẻ khốn thực sự. Những nghiên cứu này cũng chỉ ra rằng nếu ai đó cho rằng bạn đời không yêu mình, họ sẽ bắt đầu giải nghĩa những sự việc nhỏ một cách tiêu cực – từ đó sẽ dẫn tới cảm giác bị ruồng bỏ và khiến cho chính những người bạn đời của họ trở nên xa cách. Vòng phản hồi cứ lặp đi lặp lại cho tới khi lời tiên tri tự hoàn thành.

Năm 1980 Steven Sherman đã gọi điện thoại và hỏi một số người xem họ có sẵn sàng tham gia vào chương trình tình nguyện lái xe đưa đón các bệnh nhân ung thư không. Nhóm thứ nhất chỉ được hỏi xem họ có tham gia

chương trình không: Họ trả lời là có và chỉ 4% thực sự có mặt. Nhóm còn lại thì được hỏi là liệu họ có tới khi được gọi không. Hầu hết trả lời là sẽ có mặt. Và phần đông đã thực sự tới tham gia. Nhóm thứ hai đã phải tự đặt ra một giả định về tính cách của bản thân, và bởi vì họ đã vẽ nên một bức tranh thể hiện mình như vậy, họ sẽ phải cố gắng trở thành con người đó nếu không muốn bị rơi vào trạng thái rối loạn nhận thức.

Khi nói về niềm tin, bạn chẳng thông minh lắm đâu, và những thứ mà bạn cho là đúng sẽ trở thành hiện thực nếu nó được cho lên men đủ lâu. Nếu bạn muốn có một công việc ổn định hơn, một cuộc sống gia đình hạnh phúc hơn, một người thầy giỏi hơn, hay một người bạn tốt hơn – bạn sẽ phải hành xử như thể những thứ mà bạn mong mỏi từ người khác đã thực sự bắt đầu xảy ra. Điều này không đảm bảo mang đến sự thay đổi, nhưng vẫn hơn là không có gì cả. Mấu chốt của vấn đề nằm ở chỗ: Cái nhìn tiêu cực sẽ dẫn tới những tiên đoán tiêu cực, và bạn sẽ bắt đầu vô thức tác động lên môi trường xung quanh một cách tiêu cực và khiến tiên đoán đó trở thành hiện thực.

Đừng vội đi mua cuốn *The Secret*™. Không, bạn không thể chỉ cứ mong muốn và mọi thứ sẽ thành hiện thực. Tuy nhiên, bạn có thể tránh được bối cảnh ngược lại, và chỉ riêng điều này thôi đã đủ để làm cho cuộc sống trở nên tươi đẹp hơn rồi.

## THỜI KHẮC

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn là cá thể duy nhất, và sự hạnh phúc của bạn phụ thuộc vào việc bạn có bằng lòng với cuộc sống hay không.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn là một tập hợp của nhiều bản ngã, và hạnh phúc của bạn dựa vào việc thỏa mãn tất cả những bản ngã này.

---

Đã bao giờ bạn bị ốm nặng tới mức phải nằm liệt giường nguyên một tuần chưa? Bạn có nhớ được điều gì trong khoảng thời gian đó không? Có lẽ là chẳng có gì mấy nhỉ? Suốt cả cuộc đời bạn, có những mảng trải nghiệm lớn đã bị ném qua một bên và lãng quên hoàn toàn. Đôi khi bạn nhìn lại và tự hỏi “Đã tháng Ba rồi cơ à?” hay “Mình đã làm việc ở đây được 5 năm rồi sao?”

Để hiểu được sự khác biệt giữa trải nghiệm và ký ức, trước tiên bạn phải hiểu rõ hơn một chút về bản ngã đã. Cảm giác về bản ngã của bạn chỉ dừng lại ở đó – nó là một cảm giác. Con người mà bạn tưởng là chính mình thực chất là một nhân vật giả tưởng trong câu chuyện bạn tự kể với bản thân và với người khác. Câu chuyện này cũng thay đổi qua thời gian và tùy vào tình huống. Tạm thời, hãy đơn giản hóa và tưởng tượng rằng luôn có hai bản ngã tồn tại đồng thời trong đầu bạn – bản ngã hiện tại và bản ngã ghi nhớ.

Bản ngã hiện tại là kẻ đang trải nghiệm cuộc sống trong thời gian thực. Đó chính là bạn trong khoảng 3 giây mà bộ nhớ giác quan đọng lại. Khoảng 30 giây sau đó, bộ nhớ ngắn hạn bắt đầu tung hứng với cảm giác và suy nghĩ của bạn. Bạn đưa kem lên miệng và cảm nhận hương vị ngọt ngào. Sau đó bạn nhớ rằng mình vừa ăn một miếng kem rất ngon. Rồi sau 5 năm, bạn chẳng còn chút ký ức nào về việc ăn cây kem đó cả. Đôi khi, rất hiếm thôi, một điều nổi bật xảy ra khiến bạn chuyển thông tin vào bộ nhớ dài hạn. Hãy thử nghĩ lại về tất cả những lần mà bạn đã ăn kem đi. Có bao nhiêu ký ức bạn có thể nhớ một cách thực sự rõ ràng chứ không phải là những làn khói mờ ảo? Bạn có thể kể bao nhiêu câu chuyện về những lần ăn kem? Bản ngã ghi nhớ của bạn được dựng lên từ những ký ức đã được lưu chuyển vào bộ nhớ dài hạn.

Khi tua lại cuộc đời mình trong tâm trí, bạn không thể nhớ hết tất cả mọi điều mà mình đã trải nghiệm. Chỉ có những thứ được chuyển từ trải nghiệm qua trí nhớ ngắn hạn rồi đưa vào bộ nhớ dài hạn mới có thể được gọi lại một cách đầy đủ. Việc đi mua kem không nhằm mục đích dựng lên một ký ức tuyệt vời. Nó chỉ đơn giản là một hành động nhằm trải nghiệm cảm xúc hạnh phúc trong vài phút ngắn ngủi. Tất cả chỉ đơn giản là sự thỏa mãn tức thời. Niềm hạnh phúc có được từ những trải nghiệm như vậy rất mong manh.

Nhà tâm lý học Daniel Kahneman có rất nhiều điều để nói về chủ đề này. Ông cho rằng bản ngã thường đưa ra quyết định trong cuộc đời bạn là bản ngã ghi nhớ. Nó kéo bản ngã hiện tại của bạn đi tìm những ký ức mới, và nó tạo ra sự trông đợi mới dựa trên những trải nghiệm cũ. Bản ngã hiện tại không có khả năng kiểm soát tương lai của bạn. Nó chỉ có thể điều khiển một vài hành động tức thời như rút tay lại khi gặp lửa nóng, hay điều khiển hai chân bước đi. Thi thoảng, nó thôi thúc bạn ăn một chiếc bánh burger phô mai, ngồi xem một bộ phim kinh dị, hay là chơi trò chơi điện tử. Bản



ngã hiện tại cảm thấy sung sướng khi được hành động hay cảm nhận. Nó thích được đắm chìm trong trải nghiệm.

Tuy nhiên, bản ngã ghi nhớ mới là kẻ đưa ra những quyết định lớn. Nó cảm thấy hạnh phúc khi bạn có thể ngồi lại, nhớ về cuộc đời mình và cảm thấy thỏa mãn. Nó hạnh phúc khi bạn kể với người khác về những điều mình đã thấy và đã làm. Kahneman đã đưa ra một thí nghiệm tưởng tượng sau: Hãy tưởng tượng bạn đang chuẩn bị tận hưởng một kỳ nghỉ hai tuần. Ngay sau kỳ nghỉ bạn sẽ phải uống một thần dược có tác dụng xóa bỏ mọi ký ức bạn có trong vòng hai tuần đó.

Điều này sẽ ảnh hưởng tới quyết định của bạn như thế nào? Biết rằng mình sẽ chẳng nhớ gì về hai tuần trong cuộc đời, bạn sẽ bỏ thời gian ra làm những gì? Cảm giác kỳ lạ mà bạn đang có ngay bây giờ chính là hệ quả của sự xung đột giữa hai bản ngã. Bản ngã hiện tại sẽ dễ dàng đưa ra lựa chọn: tình dục, trượt tuyết, nhà hàng sang trọng, những buổi hòa nhạc, những buổi tiệc – tất cả những thứ có thể khiến bạn hạnh phúc ngay tức thì. Bản ngã ghi nhớ thì lại không chắc chắn. Nó muốn đi tới Ireland và thăm thú các tòa lâu đài cổ, hoặc là thử lái xe từ New York tới Los Angeles chỉ để xem chuyện gì sẽ xảy ra.

Như vậy, dựa vào nghiên cứu của mình, Kahneman đã kết luận rằng có hai dòng suy nghĩ giúp bạn quyết định xem mình có hạnh phúc hay không. Bản ngã hiện tại cảm thấy hạnh phúc khi được trải nghiệm những thứ bạn thích. Bản ngã ghi nhớ thì lại hạnh phúc khi bạn có thể nhìn lại quá khứ và tìm được nhiều ký ức tích cực. Như Kahneman đã chỉ ra, một kỳ nghỉ hai tuần chỉ có khả năng đem lại một vài ký ức trọn đời. Có thể bạn sẽ thỉnh thoảng nhớ lại chúng và cảm thấy hạnh phúc. Có một sự thiếu cân bằng rõ rệt giữa khoảng thời gian mà bạn phải bỏ ra để xây dựng ký ức và thời gian bạn dùng để tận hưởng chúng sau này.

Bản ngã hiện tại chẳng ưa thích gì việc phải ngồi bàn giấy. Nó cảm thấy mình như chim nhốt trong lồng. Nó có thể dùng chỗ thời gian ấy để làm gì đó thật vui vẻ. Bản ngã ghi nhớ không có điều kiện tạo dựng ký ức mới nên nó sẵn sàng làm việc chăm chỉ để kiếm tiền chi trả cho thức ăn và chỗ ở; và tất nhiên, nó cũng sẵn sàng tạm gác sự thỏa mãn sang một bên.

Với bạn và rất nhiều người khác, hành trình đi tìm hạnh phúc trong cuộc sống là một chuỗi những xung đột của hai bản ngã này. Theo như nghiên cứu của Kahneman thì hạnh phúc không thể chỉ bao gồm mặt này hay mặt kia. Bạn cần phải cảm thấy hạnh phúc ngay trong hiện tại và đồng thời phải tạo ra những kỷ niệm đáng để nhìn lại sau này.

Để có thể cảm thấy hạnh phúc ngay lúc này và cảm thấy thỏa mãn về sau, bạn không thể chỉ tập trung vào việc đạt được các mục tiêu, bởi vì một khi bạn đạt được chúng, trải nghiệm sẽ kết thúc. Để có thể thực sự hạnh phúc, bạn phải thỏa mãn được cả hai bản ngã của mình. Hãy đi mua một cây kem đi, nhưng nhớ làm điều đó một cách thật ý nghĩa để có thể tạo ra một ký ức lâu dài. Hãy cứ cày kéo để có tiền cho sau này đi, nhưng đừng quên là bạn cũng cần phải làm sao để cảm thấy hạnh phúc ngay trong khi làm việc.

# THIÊN KIẾN VỀ SỰ NHẤT QUẢN

---

## BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn biết rõ sự thay đổi trong các quan điểm của mình qua thời gian.

## SỰ THẬT LÀ

Trừ khi bạn ghi chép lại một cách có ý thức và chi tiết về sự phát triển của bản thân, bạn sẽ luôn cho rằng cảm xúc và con người hiện tại của bạn từ xưa đến nay vẫn vậy.

---

Hãy nhớ lại bản thân thời trung học. Bạn đã là người thế nào?

Một số điểm nổi bật sẽ được gợi nhớ ngay lập tức – kiểu tóc kinh khủng, những chiếc áo phong ngu ngốc, và gu âm nhạc kỳ quái. Bạn từng là một kẻ dở hơi.

Nếu bạn từng theo một xu hướng phản văn hóa thì có lẽ sẽ còn đau đớn và khó khăn hơn khi nhớ lại con người cũ của mình. Có phải bạn từng là một người theo trường phái emo, một kẻ ăn mặc theo phong cách grunge, hay đã từng trao đổi tiểu thuyết Star Trek với lũ bạn trong câu lạc bộ cờ vua? Dù hồi đó bạn từng rất thích thứ gì đi nữa, thì giờ có lẽ là bạn cũng đã hết thích rồi. Chắc là bạn cũng đã học được cách đối phó với mái tóc bất trị, biết cách chọn quần áo hơn, và biết được thể loại nhạc nào thực sự đáng nghe. Bạn đã tìm ra được trường phái chính trị và gu phim ảnh cho bản thân. Bạn cũng hiểu được một tình bạn chân chính là thế nào. Rất dễ để nhận ra được sự khác biệt giữa con người bạn ngày ấy và bây giờ, như thể

nhìn vào hai tấm ảnh xưa và nay vậy. Tuy nhiên, có những khác biệt khó nhận biết hơn. Các nhà khoa học đã chứng minh rằng bạn không thực sự giỏi trong việc tự so sánh thế giới nội tâm của bạn bây giờ với thế giới nội tâm của bạn ngày trước.

Nhà tâm lý học Hazel Markus tại Đại học Michigan cho rằng khi nhận được thông tin mới có khả năng đe dọa hình ảnh bản thân, bạn sẽ nhanh chóng phản ứng để tái khẳng định danh tính. Các nhà tâm lý học đã biết ngay từ đầu rằng bản ngã là một thứ vừa nhất quán vừa hay thay đổi. Trong mọi thời điểm, bạn tự bảo vệ những kết luận từ sự tự nghiệm của mình, nhưng bản ngã mà bạn bảo vệ lại có thể thay đổi cho khớp với các tình huống xã hội ngoại vi. Theo như kết luận vào năm 1910 của nhà tâm lý học William James thì: “Một người sẽ có số bản ngã xã hội bằng với số nhóm người sở hữu ý kiến, quan điểm mà người đó quan tâm.” Ngay lúc này, những bản ngã trong bạn cũng giống như những mặt phản xạ của một lăng kính; thay đổi hướng xoay và một con người khác của bạn sẽ xuất hiện để phù hợp với thế giới bên ngoài. **Thiên kiến về sự nhất quán** (*consistency bias*) đã làm cho bạn nghĩ rằng lăng kính này luôn có kích thước và hình dạng nhất định, nhưng thực tế lại không phải như vậy.

Năm 1986, Markus đã xuất bản một nghiên cứu trong đó cho thấy các bản ngã dễ bị thao túng đến thế nào, và bạn mù tịt về những sự thay đổi này ra sao. Công trình này là thành quả của hai thập kỷ nghiên cứu. Từ năm 1965, Markus và đồng nghiệp đã thu thập ý kiến chính trị từ một nhóm học sinh trung học và cha mẹ họ. Sau đó ông tiếp tục liên lạc và thu thập ý kiến của những người này vào năm 1973 và 1982 để xem có sự thay đổi nào không. Những câu hỏi có chủ đề trải rộng từ việc hợp pháp hóa một số chất ma túy cho tới quyền của phạm nhân và tính hợp lý của các cuộc chiến tranh. Như bạn cũng có thể đoán, thái độ của những người trẻ có sự thay đổi rõ rệt hơn nhiều trong khoảng thời gian từ năm 1965 đến 1973 so với cha

mẹ họ. Nhìn chung thì qua 17 năm, quan điểm của họ ngày càng trở nên bảo thủ. Markus đã chỉ ra rằng khi bạn còn trẻ, bạn cởi mở hơn, dễ dàng đón nhận những thay đổi trong quan điểm của bản thân hơn. Tinh thần đảng phái của bạn còn chưa được định hình rõ ràng thành những triết lý cá nhân. Sau khi đã thu thập đủ vốn sống, bạn bắt đầu ổn định hóa góc nhìn của mình và tìm một chỗ đứng cho đạo đức cá nhân. Điều này nghe thì có vẻ hiển nhiên, nhưng khi Markus hỏi những người tham gia thí nghiệm về điều mà họ từng tin vào, chỉ có khoảng 30% có thể nhớ lại được những câu trả lời cũ. Những người còn lại có xu hướng cho rằng quan điểm chính trị của họ vẫn luôn như vậy. Ví dụ như nếu họ đang tin rằng tử hình là một hình phạt thích đáng thì họ cũng mặc định mình đã nghĩ vậy ngay từ đầu, mặc dù trong các bản điều tra cũ, họ đã từng phản đối nó khi còn niên thiếu.

Thí nghiệm tương tự đã được thực hiện vào năm 1998 bởi Elaine Scharfe tại Đại học Trent và Kim Bartholomew tại Simon Fraser. Trong thí nghiệm ngắn hạn hơn này, họ đã cho người tham gia đánh giá về độ hạnh phúc của mình trong một mối quan hệ. Những người tham gia đều đang hẹn hò, sống chung, hoặc đã cưới. Các câu hỏi chi tiết từ tần suất đối phương làm họ khó chịu, đến việc họ nghĩ mối quan hệ ấy sẽ tồn tại trong bao lâu. Các câu hỏi này được lặp lại sau 8 tháng, và các nhà khoa học cũng yêu cầu người tham gia nhớ lại câu trả lời trước đây của mình. Những người có mối quan hệ ổn định và không thay đổi thì hầu hết đều nhớ rõ câu trả lời cũ, nhưng với những người mà mối quan hệ đã trở nên tốt đẹp hơn hay xấu đi thì lại không thể nhớ lại quá khứ một cách chính xác: 78% phụ nữ và 87% đàn ông đã nhớ sai câu trả lời cũ của mình. Hầu hết những người tham gia thí nghiệm đều có thể gọi nhớ khá tốt về cảm xúc ban đầu của bản thân, nhưng với những người không thể, thiên kiến về sự nhất quán đã thay đổi ký ức của họ sao cho phù hợp với cảm xúc tồn tại ở thời điểm nói.

Trong một thí nghiệm thực hiện bởi George Goethals và Richard Reckman tại Đại học Williams vào năm 1972, sinh viên đã được phép nêu ý kiến cá nhân về chương trình *Racially Segregated Busing*<sup>Ⓒ</sup>. Câu trả lời của họ được ghi âm lại và sau đó vài tuần, họ được mời đến nói chuyện với một diễn viên có nhiệm vụ thay đổi ý kiến ban đầu của họ. Nếu họ là người ủng hộ chương trình này, diễn giả sẽ chỉ ra những khuyết điểm của nó. Nếu là người phản đối, họ sẽ được nghe về những mối hại của sự phân biệt chủng tộc. Và cũng giống với các thí nghiệm khác, sau buổi tranh luận, các sinh viên này được hỏi lại những câu hỏi cũ, và cả hai nhóm đều không thể trả lời đúng. Họ đã bị thuyết phục nhưng lại cho rằng quan điểm lúc sau vốn đã tồn tại trong đầu họ ngay từ đầu.

Một trong những điểm kỳ lạ của thiên kiến về sự nhất quán là nó có thể có tác dụng ngay lập tức. Nếu bạn được mời cho tin rằng mình là một người trung thực, bạn sẽ hành xử đúng như vậy.

Năm 2008, Dan Ariely, Nina Mazar, và On Amir tại MIT đã thực hiện một thí nghiệm với các sinh viên trường kinh tế của Đại học Havard. Họ yêu cầu các sinh viên này giải nhiều bài toán nhất có thể trong vòng 5 phút. Sau đó một sinh viên sẽ được chọn ngẫu nhiên và sẽ được thưởng 10 đô-la cho mỗi đáp án đúng. Trước khi bài kiểm tra bắt đầu, một nửa số sinh viên được yêu cầu liệt kê 10 cuốn sách họ đã đọc hồi còn ở trung học, nửa còn lại phải kể ra 10 điều răn trong Kinh thánh. Sau đó, ở cả hai nhóm này, một nửa số sinh viên sẽ có cơ hội ăn gian qua việc tự thông báo số câu trả lời đúng, nửa còn lại sẽ phải nộp bài. Trong nhóm liệt kê sách, tổng điểm đã cao hơn trung bình tới 33%, nghĩa là có người đã ăn gian. Trong khi đó ở nhóm phải kể 10 điều răn, điểm số ở dưới mức trung bình; nghĩa là không ai gian dối cả. Một nửa số sinh viên đã bị mời cho suy nghĩ về sự trung thực, và bởi vì ai cũng tin rằng mình là người trung thực, họ đã hành động như vậy để đảm bảo tính nhất quán.

Bạn luôn phải trải nghiệm thiên kiến về sự nhất quán tức thì. Nếu bạn ký một cam kết trung thực, bạn thường có xu hướng giữ đúng cam kết. Khi bạn đồng ý sẽ làm gì đó, nhưng sau này lại cảm thấy không hứng thú nữa, bạn vẫn sẽ thực hiện việc đó để tránh cảm giác thiếu nhất quán với bản thân và với người khác. Trong những trường hợp bạn bị mời để nghỉ về bản thân theo một cách nhất định, khả năng cao là bạn sẽ hành xử đúng y như vậy. Năm 1978, trong thí nghiệm của mình, Robert B. Cialdina, John T. Cacioppo, Rodney Bassett, và John A. Miller tại bang Arizona đã hỏi các đối tượng tham gia xem liệu họ có tình nguyện tham gia làm từ thiện không. Khoảng một nửa đã nhận lời. Sau khi đã nhất trí, những người này được phổ biến rằng công việc sẽ bắt đầu lúc 7 giờ sáng. 95% số người đồng ý đã có mặt đúng giờ. Khi họ lặp lại thí nghiệm này, nhưng lại thông báo thời gian bắt đầu công việc trước, chỉ có 24% số người nhận lời tham gia. Những người trong thí nghiệm ban đầu không thực sự muốn đến sớm như vậy, nhưng bởi vì họ đã nhận lời từ trước nên họ buộc phải chứng tỏ rằng mình là người nhất quán, dù sẽ không có hậu quả tiêu cực nào xảy đến nếu họ không giữ lời. Không ai muốn làm một kẻ đạo đức giả.

Thiên kiến về sự nhất quán là một phần trong mong muốn chung nhằm giảm thiểu sự khó chịu xuất phát từ sự bất hòa nhận thức – những cảm xúc bạn cảm thấy khi nhận ra rằng mình có hai quan điểm cho cùng một vấn đề. Khi bạn nói một đằng và làm một nẻo, cảm giác ghê tởm sự giả tạo sẽ phải được giải quyết, nếu không, bạn sẽ khó mà yên lòng để chuyển qua làm việc khác. Bạn luôn muốn cảm thấy mình có khả năng tiên lượng trước các hành vi của bản thân, và bởi vậy, thỉnh thoảng bạn sẽ vô thức tự biên tập lại lịch sử cuộc sống của chính mình để cảm thấy mình đáng tin tưởng. Nếu bạn có ít nhiều tự cải thiện bản thân, và bạn tìm thấy ý nghĩa trong sự thay đổi đó, bạn sẽ kìm nén thiên kiến về sự nhất quán. Thế nhưng nhiều lúc, bạn khao khát những chi tiết đã qua trong cuốn tự truyện đời mình được hé mở

theo cách phù hợp hơn với mong muốn của bạn ở hiện tại và bạn không thể chấp nhận việc mình đã từng là kiểu người mà theo tiêu chuẩn mới của bạn là hoàn toàn đáng ghét. Bạn có thể đã từng yêu điên cuồng, nhưng một khi bắt đầu nghi ngờ, bạn sẽ xóa bỏ quá khứ và thay thế nó bằng một phiên bản khác hợp lý hơn với con người hiện tại. Những người lớn tuổi có xu hướng cho rằng lũ trẻ rất ngây thơ, và đôi khi họ cảm thấy thích thú khi thấy những người trẻ cũng thiếu hiểu biết như họ trước đây. Đôi khi họ nghĩ rằng chỉ cần đủ khôn ngoan, chín muồi là có thể đánh bại sự thiếu hiểu biết đó. Đây chính là thiên kiến về sự nhất quán: Bạn tin rằng nếu lúc trước bạn biết được những điều mà bạn biết ngay lúc này thì mọi thứ đã khác đi. Thực ra thì con người cần phải thay đổi qua thời gian. Thiên kiến về sự nhất quán là sự thất bại trong việc thừa nhận điều đó.



## SỰ TỰ NGHIỆM VỀ TÍNH ĐẠI DIỆN

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Biết được lịch sử của người khác sẽ giúp bạn dễ dàng xác định xem họ là kiểu người thế nào hơn.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn thường vội vàng đi đến kết luận sau khi so sánh họ với những mẫu người đã tồn tại sẵn trong tiềm thức của bạn.

---

Một người bạn vừa đi hẹn hò về và kể với bạn về một người rất hoạt bát, khó đoán, vui tính, nhưng cũng có thể hơi nguy hiểm. Người bạn đó nghĩ rằng mình đã phải lòng đối tượng kia. Khi bạn hỏi người kia làm nghề gì thì họ trả lời rằng đó là một bác sĩ chuyên chữa bệnh về chân. Liệu bạn có bất ngờ trước thông tin này không? Có lẽ là có. Nhưng tại sao? Nói cho cùng thì bạn biết gì về bác sĩ chữa bệnh về chân? Liệu họ có phải là loại người có thể đi nhảy dù vào cuối tuần trước và đi cá độ đá gà phi pháp vào cuối tuần sau? Liệu đó có phải là điều mà một chuyên gia về chân căng sẽ làm? Hay bạn đang mừng tưng tưng rằng đó sẽ là kiểu người nằm nghỉ giữa đám mèo trong khi xem qua album chứa toàn ảnh những bàn chân mọc nấm?

Trừ khi bạn đã từng làm ngoại trưởng, khả năng lớn là bạn chẳng biết gì mấy về những người khác biệt với bạn. Bạn sử dụng định kiến, có thể là định kiến tốt, có thể là không, để phân loại tất cả mọi người. Việc này giúp bạn suy nghĩ nhanh hơn vì nó tạo điều kiện để bạn xây dựng hình tượng sẵn

cho những điều chưa biết để có thể đưa ra quyết định dễ dàng hơn. Nếu không có những bộ lọc, thế giới quanh bạn sẽ là một mớ hỗn độn. Qua thời gian, bạn phát triển những lối tắt trong tâm trí để có thể suy nghĩ nhanh chóng và gọn nhẹ hơn. Phân loại là một trong những cách tuyệt vời nhất để làm mọi thứ trở nên dễ hiểu. Và khi gặp người lạ, bản năng đầu tiên của bạn là xếp họ vào một trong những tuýp người có sẵn trong đầu bạn. Từ đó, bạn có thể nhanh chóng xác định giá trị lợi ích hay rủi ro mà những cá nhân này mang lại. Lối hành xử này được gọi là **sự tự nghiệm về tính đại diện** (*representativeness heuristics*).

Daniel Kahneman và Amos Tversky đã xuất bản một công trình nghiên cứu vào năm 1973 để lật bật sự tự nghiệm về tính đại diện này ra khỏi đám lũng nhùng những thiên kiến nhận thức lúc nào cũng tồn tại trong tâm trí bạn. Ví dụ dưới đây là một đoạn tổng hợp rút ra từ nghiên cứu đó và nhiều nghiên cứu khác:

Donald là một sinh viên đại học rất thông minh, học giỏi tất cả các môn, nhưng lại thiếu sáng tạo. Anh ấy là một người rất gọn gàng, và luôn luôn mang lại sự ngăn nắp cho mọi mặt cuộc sống. Khi viết, giọng văn của anh ấy thiếu cảm xúc và anh ấy toàn sử dụng từ ngữ hay ví dụ liên quan tới khoa học giả tưởng. Anh ấy không thích gần gũi mọi người, và có tiêu chuẩn đạo đức rất cao.

Trong nghiên cứu này, các đối tượng tham gia cũng phải đọc đoạn văn giống như vậy. Chúng là những miêu tả cá nhân được rút ra sau khi phỏng vấn 30 kỹ sư và 70 luật sư. Giả sử bạn là một người tham gia nghiên cứu, theo bạn thì Donald là kỹ sư hay luật sư?

Đây là lúc mà sự tự nghiệm về tính đại diện sẽ đánh lạc hướng bạn. Nếu thuộc số đông, bạn sẽ cho rằng khả năng Donald là một kỹ sư sẽ cao hơn. Đúng là những miêu tả trên rất khớp với hình ảnh của một kỹ sư. Tuy nhiên

bạn lại hoàn toàn bỏ qua sự thật là có đến 70% khả năng anh ta làm luật sư. Đó là tỷ lệ mà các nhà khoa học đã chọn: 70 luật sư – 30 kỹ sư. Kahneman và Tversky kết luận rằng con người đưa ra những dự đoán dựa vào tính đại diện – độ khớp của thông tin mới với thông tin bạn đã có sẵn trong đầu. Đôi khi, thứ thông tin mà bạn có sẵn chỉ là một bức tranh biếm họa của thực tế. Khi nghĩ về một lãnh tụ Hồi giáo, bạn sẽ tưởng tượng ra hình ảnh của một người mặc bộ áo dài trùm kín người và vắn khăn trắng, đi dép sandal. Nhắc tới cao bồi, bạn lập tức nghĩ tới những chiếc mũ rộng vành, quần bò da, dây thòng lọng, và đai đeo súng. Khi tưởng tượng đến kỹ sư và luật sư, và hình ảnh trong đoạn vừa đọc khớp với một kỹ sư hơn, bạn không chần chừ vứt những con số qua một bên. Các khuôn mẫu trong tâm trí bạn không chính xác, và thường thì chúng cũng chẳng nhất thiết phải đúng. Chúng chỉ cần xuất hiện một cách tức thời và tự động để hỗ trợ bạn trong việc suy nghĩ thôi. Nếu tổ tiên của bạn nghe thấy tiếng động trong bụi rậm, họ cần ngay lập tức cho rằng một con vật nào đó to lớn và đói khát đang tiến tới gần. Nếu cần sự trợ giúp y tế, bạn cần phải nhanh chóng nhận ra được biển báo có chữ thập màu đỏ phía trên dòng chữ *Cấp Cứu* để mà xông thẳng vào, dù bạn không thể biết chắc liệu đó có phải khu nhà bỏ hoang hay một trò chơi ở công viên giải trí hay không. Nghiên cứu của Kahneman và Tversky cho thấy bản năng của bạn thường bỏ qua các con số thống kê. Bản năng của bạn rất dốt toán.

Hãy thử lại với đoạn miêu tả sau:

Tom đã hai lần ly dị. Anh dành phần lớn thời gian rảnh để chơi golf. Anh thích mặc những bộ vest đắt tiền và lái một chiếc siêu xe. Tom thường hay tranh cãi, và một khi đã bắt đầu thì rất cố chấp, Tom phải thắng bằng được nếu không thì sẽ trở nên tức tối. Anh ấy đã phải học mãi mới được tốt nghiệp đại học và đang tìm

cách bù đắp cho khoảng thời gian đó bằng cách giao du nhiều nhất có thể.

Giờ thì hãy tưởng tượng rằng để lấy ra được đoạn miêu tả này, họ đã phỏng vấn 70 kỹ sư và 30 luật sư. Giờ bạn đã biết về cách hoạt động của sự tự nghiệm về tính đại diện rồi, bạn thấy Tom giống một luật sư hay một kỹ sư? Phải rồi. Nếu nói trên phương diện xác suất thống kê thì khả năng Tom là một kỹ sư sẽ lớn hơn, không cần biết hình ảnh của anh ta khớp với khuôn mẫu tự nghiệm của bạn về một luật sư tới mức nào.

Sự tự nghiệm về tính đại diện còn là nguồn gốc của một số thiên lệch nhận thức khác nữa, ví dụ như là **ngụy biện liên kết** (*conjunction fallacy*). Đây là một ví dụ nữa từ nghiên cứu của Kahneman và Tversky:

Linda là một người phụ nữ độc thân 31 tuổi. Cô ấy có vẻ cởi mở và thông minh. Cô ấy đã tốt nghiệp đại học ngành triết học. Khi còn là sinh viên, cô ấy đã rất trăn trở về sự phân biệt đối xử và các vấn đề xã hội. Linda cũng đã từng tham gia vào một vài cuộc biểu tình.

Theo bạn thì Linda là một giao dịch viên ngân hàng bình thường, hay là giao dịch viên có tham gia hoạt động vì nữ quyền? Hầu hết những người đã đọc đoạn miêu tả trên đều chọn phương án thứ hai, mặc dù nếu xét trên phương diện thống kê thì rõ ràng khả năng để cô ta chỉ đơn giản là một giao dịch viên bình thường sẽ lớn hơn. Chắc chắn số giao dịch viên trên đời này nhiều hơn số giao dịch viên hoạt động vì bình đẳng giới, không cần biết quá khứ của họ có thể nào.

Ngụy biện liên kết được xây dựng dựa trên sự tự nghiệm về tính đại diện. Thông tin bạn thu được càng khớp với các khuôn mẫu trong tâm trí thì chúng càng có vẻ đúng. Phần miêu tả bên trên khớp với hình ảnh của cả

nhân viên ngân hàng lẫn nhà hoạt động nữ quyền, và bởi vậy bạn có cảm giác khả năng nó là phương án đúng sẽ tăng gấp đôi. Mặc dù vậy, nếu xét về mặt xác suất thì rõ ràng đây phải là tỷ lệ nghịch. Nhưng bạn lại không suy nghĩ dựa trên các thống kê, logic, hay những điều kiện hợp lý. Bạn sẽ lao ngay vào trung tâm cảm xúc của mình và đưa ra quan điểm về người khác dựa trên những câu chuyện và nhân vật có sẵn trong tâm thức. Đó là những khuôn mẫu dựa trên những con người, sự kiện mà bạn đã từng trải qua trong quá khứ, hoặc có được thông qua ảnh hưởng của sự thẩm thấu văn hóa.

Kahneman và Tversky tiếp tục chứng minh điều này bằng những thí nghiệm với những người dự đoán tương lai chuyên nghiệp<sup>©</sup>. Năm 1982, họ yêu cầu 115 người làm nghề này dự đoán sự kiện có thể xảy ra vào năm sau. Họ được chia thành hai nhóm. Một nhóm ước tính khả năng Hoa Kỳ và Liên bang Xô Viết cắt đứt mọi quan hệ. Nhóm còn lại dự đoán khả năng Liên bang Xô Viết ngoài việc cắt đứt quan hệ với Hoa Kỳ còn thực hiện xâm lược Ba Lan. Nhóm thứ hai đã cho rằng khả năng để bối cảnh thứ hai, với gấp đôi số sự kiện, trở thành hiện thực là lớn hơn. Sự tự nghiệm về tính đại diện của họ đã bị kích hoạt tới hai lần, bởi vậy họ cho rằng khả năng nó xảy ra sẽ lớn hơn khả năng xảy ra của một sự kiện duy nhất.

Sự tự nghiệm về tính đại diện là một công cụ hữu ích, nhưng cũng không kém phần nguy hiểm. Nó có thể hỗ trợ bạn tránh khỏi những mối hiểm nguy và tìm kiếm sự giúp đỡ, nhưng nó cũng thường dẫn tới sự khái quát hóa và các định kiến. Khi bạn mong đợi người nào đó hành xử theo một cách nhất định chỉ bởi vì họ giống với khuôn mẫu sẵn có trong tâm trí bạn, thì lúc đó bạn không thực sự thông minh lắm đâu.

## SỰ TRÔNG ĐỢI

### BẠN VẪN TƯỞNG

Rượu vang là một thứ chất lỏng phức tạp, chứa đầy những hương vị tinh tế mà chỉ chuyên gia mới có thể thực sự cảm nhận. Những người nếm rượu có kinh nghiệm không thể nào bị đánh lừa.

### SỰ THẬT LÀ

Cả các chuyên gia về rượu vang cũng như người tiêu dùng đều có thể bị đánh lừa khi sự trông đợi của họ bị thay đổi.

Bạn lướt qua những dãy hàng trong cửa hàng bán rượu để tìm một chai vang ngon. Bạn cảm thấy bị choáng ngợp – có vô số chai lọ với đủ các hình thù khác nhau và được dán nhãn in hình từ các lâu đài, vườn nho, đến cả những con kangaroo. Và còn đủ các loại nữa chứ – Riesling, Shiraz, Cabernet – chọn rượu khó lắm đấy. Nhìn sang trái, bạn thấy những chai rượu với giá khoảng 12 đô-la, nhìn sang bên phải thì lại thấy những chai với giá khoảng 60 đô-la. Nghĩ lại về những cảnh phim mà các nhân vật ngồi với nhau thử rượu, cầm ly lên, soi dưới ánh sáng và bình phẩm về vị tannin, về thùng ủ, và về chất lượng đất trồng nho – dường như là rượu càng đắt thì càng tốt phải không?

Thực ra thì bạn lại chẳng thông minh lắm rồi. Nhưng đừng lo – những kẻ sành sỏi chuyên hớp một ngụm nước nho lên men, đẩy qua đẩy lại trong miệng rồi nhổ ra kia cũng chẳng hơn gì bạn đâu.

Thử rượu vang là chuyện lớn đối với nhiều người. Nó thậm chí còn có thể được phát triển lên thành sự nghiệp. Thực ra thì nghề này đã có từ cả ngàn năm rồi, nhưng phiên bản hiện đại với các thuật ngữ như lớp vị, lệ, độ hòa hợp, và vị nho ảnh hưởng bởi chất đất mới chỉ có lịch sử vài trăm năm trở lại đây. Những người thử rượu sẽ nêu ra đủ mọi thứ mà họ cảm nhận thấy trong một ly rượu vang cao cấp, như thể họ là máy quang phổ bằng xương bằng thịt với khả năng phát hiện ra từng loại phân tử có trong đồ uống vậy. Tuy nhiên các nghiên cứu cho thấy sự nhận thức này hoàn toàn có thể bị thao túng, đánh lừa, hoặc là sai hoàn toàn.

Năm 2001, Frederic Brochet đã thực hiện hai thí nghiệm tại Đại học Bordeaux.

Trong thí nghiệm thứ nhất, ông chọn ra 54 sinh viên đang theo học tại khoa rượu nho và cho họ thử một ly vang đỏ và một ly vang trắng. Sau đó ông bảo các sinh viên miêu tả hai ly rượu mà họ vừa uống một cách chi tiết nhất có thể. Tuy nhiên điều mà ông không nói với họ là thực ra hai ly đó cùng chứa một loại rượu, chỉ là một bên đã được cho phẩm màu đỏ. Trong thí nghiệm thứ hai, ông yêu cầu các chuyên gia đánh giá hai chai vang đỏ khác nhau. Một chai rất đắt và chai kia thì lại cực rẻ. Và lần này cũng vậy, Brochet đã nói dối: Ông đã cho loại rượu ít tiền vào cả hai chai. Vậy kết quả của hai thí nghiệm này ra sao?

Những người thử rượu trong thí nghiệm thứ nhất đã miêu tả về loại nho và lượng tannin có trong rượu đỏ như thể đó là vang đỏ thứ thiệt. Cả 54 sinh viên đã bị đánh lừa, không một ai phát hiện ra đó thực chất là vang trắng. Trong thí nghiệm thứ hai, thí nghiệm với bao bì bị tráo đổi, thì các chuyên gia đã không tiếc lời khen ngợi thứ rượu rẻ tiền trong chai sang trọng. Họ cứ tuôn hàng tràng về sự *phức tạp* và *toàn vẹn* của nó, trong khi

đó lại chệch cùng thứ rượu đó trong chai ít tiền hơn là *nhạt nhẽo* và *nhàm chán*.

Một thí nghiệm khác thực hiện tại Cal-Tech đã cho năm chai vang đấu với nhau. Chúng được dán mác từ 5 cho tới 90 đô-la. Cũng giống như ở các thí nghiệm trước, các nhà tổ chức đã cho rượu rỏ vào chai đắt tiền – tuy nhiên, lần này, những người thử rượu còn được kết nối với một máy quét não. Một vùng nhất định trong não sẽ sáng lên khi họ nếm rượu, nhưng khi thử tới loại rượu mà họ tưởng là đắt tiền, có một vùng não khác cũng được kích hoạt. Trong một thí nghiệm khác thì người tham gia được chấm điểm các loại phô mai ăn kèm với hai loại rượu vang khác nhau, một từ California, và loại còn lại là từ North Dakota. Tất nhiên đó vẫn chỉ là cùng một loại rượu được cho vào hai chai khác nhau. Vậy mà những người tham gia vẫn đánh giá cao loại phô mai dùng kèm với rượu California hơn và ăn loại này nhiều hơn. Thế hóa ra cả ngành công nghiệp thử rượu đầy sang trọng chỉ là một trò bịp bợm ư? Không hẳn vậy. Những người thử rượu trong các thí nghiệm nêu trên đã bị ảnh hưởng bởi một con quái vật đáng sợ mang tên **sự trông đợi** (*expectation*). Trong điều kiện bình thường thì năng lực của một người thử rượu chuyên nghiệp rất đáng gờm. Tuy nhiên các thí nghiệm của Brochet đã thao túng các yếu tố trong môi trường xung quanh, đánh lạc hướng các đối tượng tham gia tới mức khiến năng lực đánh giá của họ bị suy giảm nặng nề. Sự trông đợi có thể làm tổn hại năng lực của họ như một viên đá Kryptonite làm suy yếu siêu năng lực của Superman. Như vậy là sự trông đợi cũng có tác động mạnh mẽ không kém gì các giác quan thuần túy. Hoàn cảnh tạo ra trải nghiệm có thể thay đổi hoàn toàn cách bạn giải nghĩa những thông tin được thu nhận từ các giác quan vốn vô cùng khách quan. Trong tâm lý học, sự khách quan hoàn hảo được coi là điều không tưởng. Ký ức, cảm xúc, sự điều kiện hóa, và đủ mọi loại tạp nham những thứ khác trong tâm trí đều có khả năng làm vấy bẩn những trải



nghiệm mới của bạn. Bên cạnh đó thì sự trông đợi cũng có sức ảnh hưởng vô cùng lớn lên lá phiếu cuối cùng quyết định xem đâu mới là thứ mà bạn tin là thực tại. Bởi vậy, khi nếm rượu vang, xem một bộ phim, đi hẹn hò, hay là thưởng thức dàn loa âm thanh nổi mới qua chiếc dây nối trị giá 300 đô-la – hãy nhớ rằng trải nghiệm của bạn chịu ảnh hưởng từ cả các yếu tố bên trong và cả các yếu tố bên ngoài. Rượu vang cao cấp thì cũng như những thứ đắt tiền khác, bạn trông đợi rằng mùi vị của chúng sẽ ngon hơn và thế là bạn thực sự cảm thấy như thế.

Trong một nghiên cứu tại Hà Lan, những người tham gia được đưa vào một căn phòng dán đầy những tấm quảng cáo ca ngợi sự tuyệt vời của công nghệ độ phân giải cao. Sau đó họ được phổ biến là sẽ được xem một chương trình TV có độ phân giải cao. Sau khi xem xong, những người này đều nói rằng họ cảm thấy hình ảnh trên màn hình sắc nét hơn, màu sắc tươi sáng hơn so với các chương trình bình thường khác. Điều mà họ không biết là họ vừa mới được cho xem một chương trình ở độ phân giải bình thường. Chính sự trông đợi rằng sẽ được nhìn thấy hình ảnh chất lượng cao hơn đã khiến họ tin vào điều đó. Một thống kê gần đây cho thấy khoảng 18% số người sở hữu màn hình TV có độ phân giải lớn vẫn đang xem các chương trình phát sóng ở độ phân giải thường, nhưng họ vẫn tin rằng mình đang được xem hình ảnh chất lượng cao.

Trong những năm đầu của thập kỷ 80, Pepsi đã dùng những cuộc khảo sát mù trong chiến dịch marketing của mình để tạo hiệu ứng khiến mọi người tin rằng sản phẩm của họ được ưa chuộng hơn Coca-cola. Họ gọi đây là *The Pepsi Challenge*. Các nhà tâm lý học từ lâu đã kết luận rằng bạn không chọn lựa sản phẩm ưa thích vì giá trị thực của chúng, mà bởi vì các chiến dịch marketing, logo, và những thứ tương tự đã phù phép bạn bằng sự nhận dạng thương hiệu. Thế rồi bạn bắt đầu cảm thấy đồng điệu với một số chiến dịch quảng cáo nhất định. Đó là điều đã xảy ra trong những cuộc khảo

sát trước *The Pepsi Challenge*. Dư luận yêu thích các mẫu quảng cáo của Coca-Cola hơn của Pepsi, và bởi vậy, mặc dù chúng có hương vị gần giống nhau, người ta vẫn chọn Coca-Cola. Vậy là trong *The Pepsi Challenge*, họ đã bỏ đi các nhãn hiệu. Các nhà nghiên cứu nghĩ rằng họ cần phải dán nhãn cho những chiếc cốc này, và họ quyết định sử dụng chữ M và Q. Sau thử nghiệm, nhiều người đã kết luận rằng họ thích Pepsi (được gắn nhãn M) hơn là Coca-Cola (gắn nhãn Q). Khó chịu trước kết quả này, Coca-Cola đã thực hiện một thí nghiệm tương tự và cho sản phẩm của mình vào cả hai cốc. Và một lần nữa, M đã chiến thắng. Vậy ra là thứ nước ngọt nào trong cốc không quan trọng; đơn giản là người ta thích chữ M hơn chữ Q mà thôi.

Bạn sẽ vô thức tìm những dấu hiệu ở môi trường xung quanh liên quan đến thứ mà bạn thích. Đây sẽ là những dấu hiệu giúp bạn tìm lại những thứ này trong tương lai. Với những người ném thử, hai sản phẩm có mùi vị gần như tương đương nhau. Bởi vậy khi bị ép phải đưa ra lựa chọn, họ chuyển sang phụ thuộc vào bộ những dấu hiệu khác để đưa ra quyết định – chữ cái nào trông có vẻ dễ chịu hơn. Rõ ràng, M được chuộng hơn Q, và trong những nghiên cứu khác thì người ta có xu hướng chọn nhiều A hơn B, chọn 1 nhiều hơn là 2. Thương hiệu cũng hoạt động trên nguyên lý đó. Lấy rượu vodka làm ví dụ – nó không có vị gì cả. Bởi vậy các nhà sản xuất không thể dựa vào mùi hương để làm bạn thích thú được. Thay vào đó, họ phụ thuộc vào các chiêu bài quảng cáo để đánh lừa bản năng phụ thuộc vào những lối tắt thị giác trong bạn. Các thương hiệu này hy vọng rằng mỗi khi bạn đứng trước quầy vodka trong cửa hàng rượu, sự trông đợi được tạo nên từ chiến dịch quảng cáo của họ trong tâm trí bạn sẽ đủ lớn để khiến bạn mua sản phẩm.

Trong một cuộc khảo sát mù thì những người nghiện thuốc lá chẳng mấy khi phân biệt được loại thuốc mình hút với những nhãn hàng đối thủ, và những người thử rượu chuyên nghiệp cũng luôn gặp khó khi phải phân

biệt giữa loại rượu vang 200 đô-la và 20 đô-la. Khi bày đồ ăn đông lạnh được hâm nóng bằng lò vi sóng lên bàn ăn của một nhà hàng sang trọng, hầu hết mọi người đều không nhận ra. Khẩu vị là thứ hoàn toàn chủ quan. Nói theo cách khác, bạn chẳng hề thông minh khi phải đứng trước sự lựa chọn giữa sản phẩm này với sản phẩm khác. Mọi thứ đều như nhau – bạn sẽ nghĩ về các quảng cáo, để ý tới cách đóng gói, hoặc xuôi theo ý kiến của bạn bè và gia đình để đưa ra quyết định. Hình thức là tất cả.

Các nhà hàng đều dựa vào điều này. Nói chính xác thì hầu như tất cả các loại hình bán lẻ đều dựa vào điều này. Hình thức, giá cả, chiến dịch marketing tốt, dịch vụ khách hàng tuyệt hảo – tất cả đều dẫn tới sự trông đợi về chất lượng. Trải nghiệm thực sự cuối cùng lại thành ra ít quan trọng hơn. Chỉ cần nội dung không quá tệ, trải nghiệm sẽ khớp với sự trông đợi ban đầu. Một loạt những bình luận xấu sẽ khiến một bộ phim trở nên tệ hơn, ngược lại, những bình luận tích cực sẽ thay đổi suy nghĩ của bạn. Hiếm khi nào bạn có thể xem một bộ phim trong môi trường chân không, tách biệt khỏi bạn bè, giới phê bình và quảng cáo. Sự trông đợi của bạn là một con ngựa, và trải nghiệm của bạn là cỗ xe. Nhưng bạn lại thường cho rằng vị trí ngược lại mới là đúng bởi vì bạn chẳng thông minh chút nào cả.

## ẢO GIÁC VỀ SỰ KIỂM SOÁT

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Bạn biết rõ khả năng kiểm soát những yếu tố xung quanh của bản thân.

### SỰ THẬT LÀ

Bạn thường xuyên tin rằng mình có khả năng kiểm soát kết quả của những sự kiện mang tính ngẫu nhiên, hoặc những thứ quá phức tạp để có thể tiên lượng trước.

---

Nếu bạn tung đồng xu và năm lần liên tiếp đều ra mặt ngửa, bạn sẽ có một cảm giác rất mạnh mẽ rằng lần tung tiếp theo sẽ ra mặt sấp. Bởi vì nó cần phải như vậy. Bạn cho rằng nó cần phải tự cân bằng.

Đây được gọi là **ngụy biện của tay cá cược** (*the gambler's fallacy*), hay là ngụy biện Monte Carlo, đặt theo tên của một sòng bạc nơi mà vào năm 1913, vòng quay roulette đã rơi vào ô đen 26 lần liên tiếp. Và như bạn có thể đoán được, cửa cược cho các ô đỏ đã trở nên điên loạn khi mà bóng cứ tiếp tục rơi vào ô màu đen, 15, 16, rồi 17 lần. Điều đó thực sự khó tin, và trong tâm trí của những kẻ đặt cược thì khả năng bóng tiếp tục rơi vào ô màu đen đã trở nên vô cùng nhỏ: Lần tiếp theo chắc chắn phải là màu đỏ. Trật tự phải được lặp lại. Sự hưng phấn, tiếng reo hò, âm thanh khi quả bóng nảy qua các ô số và màu sắc – những yếu tố đó đã thực sự tạo nên ảo giác, bởi vì xác suất không hề thay đổi. Khả năng bóng rơi vào ô màu đen vẫn giống hệt như 26 lần trước.

Trong các trò cá cược, dù là trên máy đánh bạc, bàn quay roulette, hay một ván bài, bạn luôn có xu hướng cho rằng mình may mắn hoặc xui xẻo, đang vào dây đỏ hay dây đen. Bạn sẽ nói những câu đại loại như: “Sắp đổi vận rồi đây.” Bạn nghĩ thay người chia bài là một dấu hiệu tích cực, hoặc khi thấy có người đứng dậy, bạn tin rằng vòng chơi sẽ thay đổi. Bạn quay trúng hai quả cherry<sup>☺</sup> và quyết định phải quay thêm một lần nữa; bạn đặt cửa đỏ sau khi bóng rơi vào ô đen 10 lần liên tiếp bởi bạn nghĩ thời điểm của đỏ đến rồi.

Thậm chí bạn còn có thể tự tạo ra một hệ thống quy tắc để tối đa hóa độ may mắn của mình. Bạn không bao giờ ngồi ở ghế ngoài cùng khi chơi blackjack. Bạn chỉ chơi với các máy đánh bạc có cần gạt thật, hoặc là thôi những quân xúc xắc trước khi ném chúng xuống bàn. Thực tế là chẳng có hành động nào ở trên có thể thực sự ảnh hưởng lên xác suất. Xác suất chiến thắng là cố định, nhưng đôi khi bạn lại cho rằng mình có thể thay đổi nó bởi vì bạn chẳng thông minh như mình vẫn tưởng.

Khi đã xem ai đó chơi máy đánh bạc trong 20 phút và đứng dậy ra về, có thể bạn sẽ chạy ngay tới để thế chân, bởi vì dường như chiếc máy đã *ăn* đủ rồi và sắp *nhả*. Nhưng rất tiếc là không phải vậy, đó chỉ là hiện tượng ngẫu biến của tay cá cược mà thôi – niềm tin xác suất sẽ thay đổi sau khi thống kê lịch sử các kết quả trước đó. Đương nhiên là qua một khoảng thời gian dài thì tỷ lệ sẽ trở về mức bình thường, nhưng trong khoảng thời gian ngắn thì bạn sẽ không thể chiến thắng sự ngẫu nhiên. Nếu tung xu 500 lần, bạn chắc chắn sẽ gặp phải những chuỗi mặt sấp hoặc ngửa liên tiếp, đôi khi là rất dài, nhưng cuối cùng thì tỷ lệ chung vẫn là khoảng 50-50. Nếu chỉ tung có 5 lần thì khả năng để bạn gặp một chuỗi các mặt giống nhau khá là cao. Đây là cách các sòng bạc kiếm lời: Khi đang chiến thắng thì bạn rất khó để có thể dứt ra. Bạn càng chơi lâu thì xác suất càng được chia đều,

nhưng bạn sẽ chẳng bao giờ biết chuỗi chiến thắng của mình sẽ bắt đầu và kết thúc lúc nào.

Tổ tiên của bạn có thể sống đủ lâu để tìm được bạn đời và sinh con đẻ cái là nhờ họ đã rất giỏi việc nhận biết các hình mẫu. Thú săn mồi, con mồi, bạn bè, kẻ thù – tất cả đều nổi bật trên phong nền bởi họ có thể nhận ra tín hiệu giữa những nhiễu động thông tin. Và bạn thì được thừa hưởng khả năng này, mỗi tội là bạn không thể tắt nó đi. Bộ não bạn luôn tìm kiếm những hình mẫu và mỗi khi tìm được, nó lại gửi những thông điệp nhỏ đầy hạnh phúc tới khắp nơi trong cơ thể. Và cũng như những khuôn mặt trên mây, bạn thường nhìn ra hình mẫu ở những nơi mà nó không tồn tại.

Kể cả khi chơi xúc xắc và lần đầu, bạn gieo được 1 điểm, lần thứ hai, bạn gieo được 2 điểm, tiếp theo lại được 3 điểm, thì cũng chẳng có quy luật nào trong vũ trụ khiến cho khả năng bạn tung được 4 điểm ở lần đổ xúc xắc thứ tư sẽ cao hơn cả. Nhưng có phải bạn đang cảm thấy là kiểu gì nó cũng sẽ phải xảy ra đúng không? Đó chính là khả năng nhận dạng hình mẫu đang làm trò trong tâm trí bạn. Mỗi lần đổ xúc xắc đều là độc lập và không liên quan tới những lần đổ trước hay sau đó. Mặc dù vậy, một nghiên cứu của James Henslin vào năm 1967 đã chỉ ra rằng người ta thường ném xúc xắc mạnh hơn khi họ cần ra điểm cao hơn, và ngược lại, ném nhẹ khi cần số thấp. Bởi vì bạn có thể kiểm soát được hành động tức thời của mình, bạn cảm thấy như thể sự kiểm soát này không chỉ tác động lên cú ném mà còn điều khiển được cả sự ngẫu nhiên của kết quả.

Đã bao giờ bạn vắt chéo ngón tay để cầu may khi xem cầu thủ bóng rổ ưa thích của mình ném cú bóng quyết định? Đã bao giờ bạn rửa ai đó bị đau đón, và họ đã thực sự gặp chuyện? Vào năm 2006, Emily Pronin và Sylvia Rodriguez tại Đại học Princeton cùng với Daniel Wegner và Kimberly

McCarthy từ Đại học Havard đã quyết định thử nghiệm cứu hành vi này trong phòng thí nghiệm.

Họ đã tập hợp một số sinh viên đại học để tham gia một nghiên cứu về một số triệu chứng thần kinh, cụ thể là những triệu chứng xuất hiện khi chỉ cần nghĩ về chuyện bị đau ốm.

Đây thực chất không phải là mục tiêu của nghiên cứu. Mục đích thật là để kiểm tra xem liệu ở dưới điều kiện nhất định thì người ta có thực sự tin rằng suy nghĩ của mình có thể làm hại hay chữa lành cho người khác không.

Các sinh viên tham gia được phổ biến rằng họ sẽ được ghép cặp với một sinh viên như mình, nhưng đó thực ra là diễn viên được cài vào. Trong một nhóm thì người diễn viên này đã đến muộn 10 phút, mặc chiếc áo phông có ghi chữ “Những kẻ ngu ngốc thì không nên sinh đẻ”. Anh ta hành xử rất thô lỗ trước mặt người điều hành thí nghiệm và nhai kẹo cao su nhóp nhép rất to. Ở nhóm thứ hai thì diễn viên là một người dễ gần và lịch sự. Diễn viên và sinh viên sẽ cùng phải rút thăm sau khi được cho đọc tài liệu viết về tà thuật và các pháp sư. Cả hai mẫu thăm đều viết là *thầy phù thủy*, nhưng sinh viên thì được phổ biến rằng một trong hai sẽ phải đóng vai nạn nhân, và người diễn viên giả bộ như mình đã bắt được lá thăm *nạn nhân*.

Tiếp theo, sinh viên tham gia được giao một hình nhân và được yêu cầu nghĩ về người còn lại trong lúc xuyên kim vào nó. Một lúc sau, người diễn viên sẽ tỏ vẻ khó chịu và kêu rằng mình bị đau đầu. Có lẽ bạn cũng đã đoán được, những người đã bị mời cho ghét người diễn viên có xu hướng nghĩ rằng họ là nguyên nhân gây ra cơn đau đầu cho anh ta nhiều hơn những người ở nhóm còn lại. Hầu hết đều tỏ ra hoài nghi, nhưng sự hoài nghi của những người bị tác động để có ý nghĩ xấu về đối tượng đã bị đập tắt. Họ

thấy một hiện tượng, và giữa muôn vàn khả năng, họ cho rằng suy nghĩ của mình cũng có thể là một nguyên nhân gây ra hiện tượng đó.

Các nhà khoa học tiếp tục làm thí nghiệm với việc cho người tham gia theo dõi một vận động viên bị bịt mắt ném bóng vào rổ. Tuy nhiên, thực ra vận động viên vẫn có thể nhìn xuyên qua chiếc khăn bịt mắt này. Những người xem được chia ra làm hai nhóm. Các nhà tâm lý học đã yêu cầu nhóm thứ nhất hình dung ra cảnh vận động viên ném bóng trúng rổ 10 giây trước khi anh ta thực sự ném. Nhóm còn lại thì được yêu cầu hình dung cảnh anh ta cử tạ. Họ thậm chí còn đi xa tới mức cho phép vận động viên được luyện tập trước trong vòng 1 phút để ném sao cho trượt phần lớn số lần.

Sau khi tập luyện, người ném bóng cố gắng luôn ném trúng được 6 trên 8 lần như phong độ bình thường. Đó là một điều không tưởng đối với một người đang bị bịt mắt, và hai nhóm khán giả đã nhìn nhận điều này theo những cách khác nhau. Khi được phỏng vấn sau thí nghiệm, hầu hết đều tỏ ra hoài nghi, nhưng trong nhóm đã tưởng tượng về cảnh vận động viên ném bóng, thì có gấp đôi số người nói rằng họ đã bằng cách nào đó giúp người ném bóng ném trúng nhiều hơn. Giống như đối với những trò ảo thuật kỳ thú, người ta thường muốn tin rằng những điều kỳ diệu và khả năng thần giao cách cảm là có thật.

Các nhà nghiên cứu đã kết luận rằng hầu hết mọi người, ở một mức độ nào đó, đều có những suy nghĩ về phép màu – cho rằng suy nghĩ của mình có thể gây ảnh hưởng lên những thứ nằm ngoài tầm kiểm soát. Những người tham gia biết họ là một phần của thí nghiệm khoa học, bởi vậy họ có xu hướng trở nên hoài nghi hơn bình thường. Tuy nhiên sự hoài nghi này có thể dễ dàng tan biến trong điều kiện thích hợp. Nếu là một người hâm mộ thể thao, bạn sẽ chẳng thể tránh được việc đôi lúc nghĩ rằng nhờ vào sự cổ



vũ tinh thần của mình mà trận đấu đã có diễn biến tích cực. Bạn cảm thấy như mình cũng góp công sức vào chiến thắng cho đội mình hâm mộ. Khi họ thua cuộc, bạn cảm thấy áy náy vì đã cổ vũ chưa đủ sung. Thứ **ảo giác về sự kiểm soát** (*illusion of control*) này cũng xuất hiện trong những lúc thầy cô giáo nhận công lao về mình khi học trò cũ thành công, hay là những người sống ở vùng chiến sự bắt đầu trở nên mê tín, thu thập đủ loại bùa may mắn và tham gia vào những nghi lễ mà họ cho rằng sẽ giúp cho họ sống sót. Tương tự như vậy, bạn mong mọi người gửi những lời lẽ tốt đẹp, những câu chúc mau khỏi khi ai đó bị ốm.

Năm 1975, Ellen Langer đã thực hiện một loạt những thí nghiệm, trong đó bà cho người tham gia chơi những trò may rủi, có hoặc không có khả năng kiểm soát phần nào của trò chơi. Trong trò chơi với những lá bài, họ được xếp để chơi với đối thủ là một diễn viên, người này sẽ giả bộ như đang rất bồn chồn hoặc tự tin. Mặc dù kết quả của trò chơi này là hoàn toàn ngẫu nhiên, các đối tượng tham gia vẫn đặt cược nhiều hơn khi họ tin rằng đối thủ của mình *yếu*. Trong một thí nghiệm khác, Langer cho người chơi được tự chọn một số, hoặc bị giao cho một số bất kỳ để quay xổ số. Khi các nhà khoa học tỏ ý muốn mua lại tấm vé, những người được tự chọn số có xu hướng đưa ra giá cao hơn so với những người không được chọn. Bà cũng cho người tham gia tung đồng xu và dự đoán xem nó sẽ ra mặt nào. Kết quả của việc tung xu đã bị kiểm soát bởi người làm thí nghiệm: Một số đối tượng được cho biết rằng họ đã đoán đúng liên tiếp 15 lần đầu tiên, số khác thì tin rằng mình đã đoán đúng 15 lần liên tiếp ở khúc cuối, và nhóm cuối cùng thì được cho biết đã đoán đúng 15 lần nhưng trải đều trong cả 30 lần tung. Những người ở nhóm đầu tiên cho rằng họ có thể luyện tập để có kết quả tốt hơn. Ở những nhóm đạt kết quả không tốt lúc đầu, hoặc những lần đoán trúng được phân bổ ngẫu nhiên thì lại kém tự tin hơn. Số lần đoán đúng là như nhau ở cả ba nhóm, nhưng những người được *hưởng vận đỏ*

lúc đầu cảm giác như thể mình ít nhiều có khả năng kiểm soát. Họ tin rằng mình có thể chiến thắng sự ngẫu nhiên.

Langer kết luận rằng yếu tố quyết định trong vấn đề này là những dấu hiệu trong trò chơi khiến người tham gia tin rằng họ có một số kỹ năng khiến điều đó xảy ra. Nhận ra được những hình mẫu, trở nên quen thuộc hơn với trò chơi, có những lựa chọn trong khi chơi – tất cả những điều này đều góp phần xây dựng nên ảo giác về sự kiểm soát. Sự ngẫu nhiên đáng ra là một điều rất hiển nhiên, nhưng những người tham gia lại có xu hướng cho rằng đó là thứ họ có thể đánh bại. Đó là lý do mà khả năng bạn tham gia vào một trò chơi may rủi sẽ lớn hơn khi trò chơi đó mang một đặc tính mà bạn có thể tùy biến theo ý mình. Việc được tự chọn số may mắn khi mua xổ số, hay chọn con số để đặt cược trên vòng quay roulette ảnh hưởng tới cách bạn nhận định kết quả. Bạn cho rằng bàn tay lạnh lẽo của số phận sẽ trở nên mềm yếu hơn nếu bạn có thể dự đoán nó.

Việc tung một đồng xu hay thắng một ván poker đơn giản hơn rất nhiều so với những con quái vật khổng lồ của sự ngẫu nhiên như thị trường chứng khoán hay chiến tranh, những vụ sát nhập của các tập đoàn lớn hay kỳ nghỉ gia đình. Tuy vậy vẫn có những người cho rằng họ có thể dự đoán và điều khiển được chúng, bất kể độ phức tạp của tình hình. Những người có quyền lực trở nên hoang tưởng về giới hạn quyền lực của mình.

Vào năm 2008, Nathaneal Fast và Deborah Gruenfeld tại Đại học Stanford đã thực hiện thí nghiệm để tìm ra cách mà ảo giác về sự kiểm soát được tạo ra. Từ những công trình nghiên cứu trong quá khứ, họ đã biết rằng những người với địa vị kinh tế – xã hội cao, hoặc chịu ảnh hưởng từ nền văn hóa đề cao sức mạnh và quyền lực sẽ có xu hướng tin rằng họ có khả năng dự đoán tương lai tốt hơn. Người ta thậm chí còn ít sợ chết hơn sau khi cầm trong tay tấm bằng đại học. Câu hỏi họ đặt ra là: Điều gì sẽ xảy ra

khi bạn chỉ được yêu cầu tưởng tượng rằng mình là một người có quyền lực?

Các nhà nghiên cứu đã chia các đối tượng tham gia thành ba nhóm. Nhóm thứ nhất được giao nhiệm vụ viết bài luận ngắn về quãng thời gian họ từng được làm lãnh đạo. Nhóm thứ hai thì phải viết về quãng thời gian họ làm kẻ đi theo. Nhóm cuối cùng thì được giao làm nhóm đối chứng trong thí nghiệm và phải viết về một lần đi siêu thị. Sau khi viết xong bài luận của mình, các nhóm được cho chơi trò đoán mặt xúc xắc. Người đoán đúng sẽ nhận được 5 đô-la tiền thưởng. Điểm đặc biệt là gì? Họ được quyết định xem sẽ tự đổ xúc xắc hay để người khác đổ hộ.

Đúng như dự đoán, ảo giác về sự kiểm soát đã được môi thành công vào tâm trí của những người viết về thời gian làm lãnh đạo. 100% số người trong nhóm này đã chọn phương án tự đổ xúc xắc. Trong nhóm viết về vị trí cấp dưới, chỉ có 58% số người chọn tự đổ. Nhóm đối chứng thì có tỷ lệ người muốn kiểm soát số phận là 69%. Tất nhiên viên xúc xắc chẳng quan tâm ai là người ném. Thế nhưng bạn lại có xu hướng cho rằng mình có những khả năng không ai có khi được cầm lái một con tàu to lớn và mạnh mẽ. Bạn có khả năng lập kế hoạch và đưa ra quyết định, còn sự ngẫu nhiên và hỗn loạn là dành cho những kẻ thấp kém hơn. Ảo giác về sự kiểm soát là một thứ kỳ lạ, bởi nó thường thổi phồng lòng tự trọng và tạo ra niềm tin cho rằng phần số phận nằm trong tay bạn lớn hơn so với thực tế. Quan điểm lạc quan thái quá này có thể chuyển hóa thành hành động cứ cắm đầu cắm cổ vào làm mà không để ý tới các yếu tố ngẫu nhiên. Đôi khi, thái độ như vậy có thể dẫn tới thành công. Nhưng về cơ bản thì hầu hết mọi người rồi cũng tới lúc bị thực tế cuộc sống đầy phũ phàng đánh cho một cú thức tỉnh. Nhiều lúc cú đâm đó không tới ngay, mà chỉ xuất hiện sau một chuỗi dài những chiến thắng, khi mà bạn đã thu thập đủ sức mạnh để gây ra hậu quả lớn. Đó là lúc mà cuộc chiến trở nên hỗn loạn, sàn chứng khoán đổ vỡ, và

những vụ scandal chính trị tràn ngập trên các phương tiện truyền thông. Quyền lực sinh ra niềm tin vững chắc, nhưng niềm tin có vững chắc tới mấy thì cũng không thể thắng được những yếu tố bất ngờ, cho dù bạn có đang chơi poker hay đang điều hành cả một đất nước.

Các nhà tâm lý học đã nói những kết quả này không mang hàm ý rằng bạn nên nhụt chí, hay giơ tay đầu hàng trước số phận. Những người không bị trói buộc bởi thực tại nhiều khi lại đạt được rất nhiều thứ trong cuộc sống, đơn giản là bởi họ tin rằng họ có thể nỗ lực nhiều hơn người khác. Nếu tập trung quá lâu vào việc phần lớn cuộc sống nằm ngoài tầm kiểm soát của mình thì bạn sẽ nhanh chóng rơi vào trạng thái bất lực tự luyện. Nó sẽ cuốn bạn vào vòng lặp tiêu cực của sự trầm cảm. Bạn cần có sự kiểm soát nhất định với cuộc sống, nếu không thì bạn sẽ dễ dàng bỏ cuộc trước mọi thứ. Langer đã chứng minh được điều này qua việc nghiên cứu những viện dưỡng lão cho phép người già tự mình sắp xếp đồ đạc và tưới cây cảnh. Tuổi thọ của những người sống ở đây cao hơn tuổi thọ của những người sống ở những nơi mà mọi công việc đều do điều dưỡng viên làm.

Biết tới ảo giác về sự kiểm soát không nên là nhân tố khiến bạn nhụt chí và ngừng cố gắng tự tạo ra chỗ đứng cho riêng mình trong bất cứ lĩnh vực nào mà bạn chọn. Bởi vì nói cho cùng, có một điều là chắc chắn: Không làm gì thì sẽ không có bất kỳ thành quả nào cả. Bạn hãy cố gắng phấn đấu, nhưng cũng nên nhớ rằng phần lớn tương lai là không thể biết trước. Hãy học cách sống chung với sự hỗn loạn. Hãy tính đến nó trong các kế hoạch của mình. Hãy chấp nhận rằng thất bại luôn có thể xảy ra, dù bạn có là ai; những người cho rằng thất bại không được phép nằm trong từ điển của mình sẽ chẳng bao giờ chuẩn bị cho điều đó. Nhiều thứ có thể được dự đoán trước và điều khiển được, nhưng các sự kiện càng ở xa trong tương lai thì bạn lại càng có ít khả năng tác động lên chúng. Những thứ càng xa tầm với của bạn, càng có nhiều người liên quan, thì càng ít chịu ảnh hưởng từ

bạn. Giống như một tỷ lần đồ của hàng triệu tỷ con xúc xắc, các yếu tố tác động ở đây quá phức tạp, quá ngẫu nhiên để có thể nắm bắt. Khả năng dự đoán chặng đường đời phía trước của bạn cũng chẳng nhiều hơn khả năng dự đoán hình dạng của những đám mây. Bởi vậy hãy tìm cách điều khiển từng yếu tố nhỏ, những thứ thực sự quan trọng, và để chúng dần chất đầy lên thành niềm hạnh phúc lớn. Trong bức tranh toàn cảnh, sự kiểm soát cũng chỉ là một ảo giác mà thôi.

## LỖI QUY KẾT BẢN CHẤT

---

### BẠN VẪN TƯỞNG

Hành vi của mọi người đều phản ánh tính cách của họ.

### SỰ THẬT LÀ

Hành vi của con người phần nhiều là kết quả của tình huống cụ thể, hơn là do tính cách.

---

Bạn tới nhà hàng ăn và người phục vụ mang ra một món mà bạn không gọi. Bạn gửi trả lại đĩa thức ăn đó, nhưng phải mất rất lâu anh ta mới mang ra được đúng món bạn đã chọn. Không chỉ quên không rót thêm rượu cho bạn, anh ta dường như còn quên mất thứ rượu bạn đang uống khi quay lại kiểm tra. Nếu mọi việc đã diễn ra như vậy thì bạn sẽ boa cho anh phục vụ này bao nhiêu tiền?

Tôi đã làm nhân viên phục vụ bàn trong ba năm học đại học, và tôi có thể nói cho bạn biết nhiều điều. Nếu nhà bếp làm nhầm món thì tôi biết chắc rằng cơ hội nhận tiền boa của mình đã tiêu tan. Đó không phải là lỗi của tôi, nhưng người ta vẫn cứ đổ hết mọi sự trừng phạt lên đầu tôi. Nếu món ăn bị nguội, bị cháy, hay chỉ chín tái dù khách yêu cầu phải chín kỹ thì thực khách sẽ bày tỏ sự không hài lòng của mình bằng cách không trả tiền boa, hay tệ hơn, để lại đúng một đồng xu. Một số người sẽ giữ lịch sự cho tới thời khắc cuối cùng, khi họ có thể bỏ phiếu bất tín nhiệm bằng những tờ bạc xanh. Có những người lại tỏ thái độ tức tối kịch liệt và kêu gào đòi gặp

quản lý trong khi miệng vẫn còn đang nhai. Công việc này đã dạy cho những nhân viên phục vụ bàn sự chua cay nhất định. Tôi chưa từng gặp một nhân viên chạy bàn nào không có khả năng nhận ra mình sắp sửa không được nhận tiền boa. Qua ba năm đó, tôi đã biết rằng nghề này liên quan nhiều tới tình hình cụ thể hơn là thái độ của bản thân. Tôi có thể cố gắng chữa cháy cho một tình huống xấu bằng cách giữ thái độ hòa nhã, vui vẻ, hoặc cố gọi chuyện khi cảm thấy hợp lý. Nhưng dù gì đi chăng nữa, thực khách chắc chắn vẫn sẽ đổ lỗi lên đầu tôi mỗi khi có chuyện không vừa ý.

Vậy đã bao giờ bạn boa rất ít, hoặc thậm chí là không boa cho nhân viên phục vụ để thể hiện sự bức bối của mình chưa?

Khi ăn ở nhà hàng, bạn sẽ khó lòng xác định được tính cách thực sự của một nhân viên chạy bàn. Bạn sẽ trách móc như thể đó là lỗi của anh ta, và cho rằng mình đang phải chịu đựng sự phục vụ của một kẻ lười nhác. Đôi khi bạn đúng, nhưng thường thì bạn đã mắc phải **lỗi quy kết bản chất** (*fundamental attribution error*).

Đã bao giờ bạn xem những chương trình đồ vui truyền hình như *Weakest Link* hay *Jeopardy* và nghĩ, dù chỉ thoáng qua, rằng người dẫn chương trình là một người vô cùng thông minh chưa? Có lẽ bạn đã từng đặt một vài nhạc sĩ, nhà văn, hay giáo sư mà bạn thấy trên màn ảnh nhỏ lên bục vinh quang tưởng tượng. Bạn tự cho rằng mình sẽ chẳng thể trò chuyện với những con người siêu việt này, và sẽ phải viện đến những câu chuyện nhằm nhí như công thức nấu pasta, hay kể về bộ sưu tập thìa ăn của bạn. Khi bạn không biết rõ về một người, chưa có cơ hội để tiếp xúc với họ, bạn sẽ có xu hướng biến họ thành những nhân vật tưởng tượng. Bạn dựa vào những nguyên mẫu và khuôn mẫu của từng kiểu người rút ra từ kinh nghiệm thực tiễn hoặc là từ những tiểu thuyết giả tưởng bạn từng đọc. Mặc dù ý thức được điều đó không chính xác, bạn vẫn làm vậy một cách vô thức.

Bạn liên tục thay đổi những mặt nạ xã hội phụ thuộc vào bối cảnh xung quanh. Con người bạn khi ở bên bạn bè hoàn toàn khác so với bạn lúc ở nhà hay lúc đối diện với lãnh đạo công ty. Đôi khi, bạn quên mất rằng bạn bè, người thân trong gia đình, và các sếp của bạn cũng thay đổi mặt nạ như bạn.

Gần như lần nào đọc một tin mới trên báo chí, bạn cũng sẽ mắc phải lỗi quy kết bản chất. Ví dụ như việc cứ sau một khoảng thời gian, sẽ có người phát điên và thực hiện một vụ thảm sát tại bưu cục. Quay lại khoảng năm 1983, trong thời đó thì cứ khoảng hai năm lại có một vụ nổ súng ở gần một bưu điện tại Mỹ. Thường thì kẻ thủ ác là nhân viên bưu cục mang đầy những chuyện bất bình. Có thể là những người vẫn đang đi làm, và cũng có thể là những người vừa mới bị sa thải. Và thậm chí đã có cả một cụm từ lóng xuất phát từ hiện tượng này: *nổi điên ở bưu điện*<sup>⊙</sup>. Nó đã trở thành một phần trong tâm thức của dân Mỹ vào thời điểm đó. Một số phim ảnh, sách truyện, chương trình truyền hình, và cả ca nhạc cũng có nhắc tới chuyện các nhân viên trong ngành bưu điện lên cơn thịnh nộ mất kiểm soát, lần gần nhất có lẽ là năm 2010. Khái niệm về *nổi điên ở bưu điện* chắc sẽ còn nằm trong từ điển từ lóng tiếng Anh-Mỹ thêm vài thập niên nữa.

Đã có rất nhiều lời giải thích được đưa ra, từ sự căng thẳng trong môi trường làm việc cho tới sự chán nản trước thủ tục hành chính rườm rà, hay là hiệu ứng bất chước tội ác. Thế nhưng, sự thật là, trong lịch sử hiện đại của nước Mỹ, luôn có người phát rồ đến mức đi xả súng. Hiện trên mạng có một danh sách rất dài liệt kê hơn 300 vụ nổi tiếng. Bạn cứ thử tìm kiếm từ khóa *xả súng* hay *thảm sát* trên Google vào bất kỳ thời điểm nào trong năm mà xem, đảm bảo là bạn sẽ tìm thấy một vụ vừa xảy ra cách đó vài tuần. Và điều kỳ lạ là tỷ lệ các vụ giết người ở khu vực quanh bưu điện thực chất lại thấp hơn so với số vụ án ở quanh các cửa hàng bán lẻ, nhưng có thể lý do chỉ đơn giản là khả năng có người bị bắn chết trong một vụ cướp cửa hàng vốn cao hơn. Nhưng dù sao thì việc bạn cảm thấy quen thuộc với chuyện



nhân viên bưu điện máu lạnh giết chết hết đồng nghiệp hơn là bởi vì hệ thống truyền thông quốc gia có xu hướng nhảy vào đưa tin về nó nhiều hơn về các nơi khác.

Khi nghe về một vụ xả súng tại bưu điện, trường học, hay sân bay, điều đầu tiên bạn nghĩ về tên sát nhân là gì? Theo cách suy nghĩ đơn giản nhất thì bạn sẽ cho rằng hắn là một kẻ điên loạn. Hắn vốn là một kẻ lập dị, và rồi điều gì đó đã tác động, thúc đẩy hắn thực hiện tội ác. Theo một cách đen tối nào đó, cách suy nghĩ này rất dễ chịu. Không ai muốn tin rằng những kẻ giết người tiềm tàng đang ở quanh mình, hay chính bản thân họ cũng có thể suy sụp tới mức mất trí và hành động như vậy.

Thực tế cho thấy hầu hết những kẻ thực hiện thảm sát không đột nhiên thức dậy với ý nghĩ kinh khủng đó trong đầu. Thường thì cơn giận đã được dồn nén và áp ủ hàng năm trời. Họ chán nản và giận dữ với những bất bình trong công việc. Họ đã biến công việc thành trung tâm cuộc sống của mình, và rồi bỗng dưng mất tất cả khi bị sa thải. Họ thường phải chịu đựng sự suy đồi đạo đức và cô đơn trước khi nghĩ rằng mình có thể kết thúc tất cả một cách thật hào hùng. Nhiều người trong số này từng có cảm giác như mình đã bị hành hạ và làm nhục trong thời gian dài, và họ muốn trả thù. Đối với họ, cuộc sống đã trở thành một trận chiến dai dẳng không có hồi kết, và họ thì bất lực. Họ nghĩ rằng cuộc sống này đang khiến họ phát điên.

Bạn cho rằng những tên sát nhân này là những kẻ điên khùng, nhưng đồng nghiệp và gia đình họ hiếm khi đồng tình với quan điểm đó. Họ thường cho rằng áp lực công việc và sự căng thẳng đã đẩy người thân của họ tới bờ vực của sự mất trí. Những người bạn thân thì nhận định nếu không phải bởi công việc thì mọi việc đã khác. Đối với một người ngoài cuộc như bạn thì đẩy trách nhiệm lên tính cách của hung thủ sẽ dễ dàng hơn, như thể rằng kiểu gì rồi cũng sẽ đến ngày họ ra tay giết người. Nghe

thật đáng sợ, nhưng đây cũng là một cách mà lỗi quy kết bản chất khiến bạn vội vàng đưa ra kết luận. Bạn nhìn vào một con người, bỏ qua tất cả những tác động từ môi trường xung quanh, và quy hết trách nhiệm lên cá nhân họ.

Nếu điều đó có thể xảy ra với bất kỳ ai, nó cũng có thể xảy ra với bạn. Nghĩ rằng tội ác là kết quả của một loạt những chuyện xui xẻo và áp lực từ xã hội thì ắt sẽ chẳng dễ chịu bằng việc cho rằng đó là hệ quả của một tâm hồn tội lỗi. Những tác động ngoại vi cũng chẳng phải là lời bào chữa đúng đắn cho những kẻ thủ ác và làm hại người vô tội, nhưng nó ít nhiều vẫn là sự thật. Nếu điều này khiến bạn bối rối thì đừng lo, vậy có nghĩa là bạn vẫn còn minh mẫn.

Trong ngôi trường bạn học sẽ có những người lập dị, những tên một sách, những kẻ bịp bợm và những công chúa cảnh cao. Mỗi lớp sẽ có một tên hề chuyên pha trò, một kẻ lười biếng chẳng bao giờ tham gia hoạt động, một nhà thơ ử dật nhìn đời với con mắt bi quan, và một chính khách trẻ đầy tràn năng lượng lúc nào cũng cố gắng để có thành tích học tập đứng đầu. Bạn yêu thích những câu chuyện. Bạn hiểu các nhân vật trong phim ảnh hay tiểu thuyết bởi vì ở ngoài đời thực, bạn vẫn có xu hướng gộp mọi người vào những mẫu nhân vật mà bạn có thể dự đoán được trước hành vi. Trí não luôn cố gắng hết sức để có thể hiểu được thế giới. Và bạn lúc nào cũng ý thức về những người xung quanh, cũng như luôn đi tìm lời giải cho mỗi hành động của họ.

Các nhà tâm lý học từ lâu đã biết rằng hầu hết các hành vi của con người đều có xuất phát điểm từ trận kéo co giữa những thế lực từ môi trường ngoại vi và bên trong tâm trí. Con người không chỉ là những mẫu nhân vật nhàm chán có thể bị dự đoán trước một cách dễ dàng. Khi ở chỗ làm, bạn hơi khác một chút so với khi ở nhà; khi đi tiệc tùng bạn khoác lên mình một nhân cách có nhiều điểm khác với khi ở bên người thân. Trên

giấy thì điều này nghe có vẻ hiển nhiên, nhưng bạn lại thường xuyên quên mất sức mạnh của bối cảnh khi phán xét hành vi của người khác. Thay vì nói rằng: “Jack không thoải mái khi gặp người lạ, bởi vậy khi gặp anh ta ở nơi công cộng, tôi hay thấy anh ta tránh những đám đông”, bạn lại nói rằng: “Jack là người rất nhút nhát.” Đó là một lối tắt, một cách dễ hơn để định hướng xã hội. Bộ não của bạn rất thích đi đường tắt, và bởi vậy việc bỏ qua những bối cảnh trở nên dễ dàng. Nhìn nhận một con người thông qua lăng kính bối cảnh mà họ đang gặp phải là một trong những nền tảng của môn tâm lý học xã hội, được gọi cụ thể là **lý thuyết quy kết** (*attribution theory*).

Khi bạn đang ở trong quán bar và có ai đó tiến tới chỗ bạn để mời một ly rượu, điều đầu tiên bạn làm sẽ không phải là phân tích khuôn mặt họ hay nhiệt độ căn phòng. Bạn sẽ nhảy ngay đến các giả thiết về mục đích của họ. Đây là hành động tán tỉnh? Hay là hành động xuất phát từ lòng tốt? Liệu người này có nguy hiểm? Hành vi của họ có nằm trong kế hoạch lớn hơn? Bạn chẳng thể trả lời chắc chắn được, và bạn cứ đi từ khả năng này sang khả năng khác.

Khi bạn nhìn thấy một hành vi, giả sử như là một đứa trẻ đang gào khóc trong siêu thị, trong khi bố mẹ nó chẳng buồn để ý mà cứ tiếp tục mua sắm, bộ não của bạn sẽ sử dụng lối tắt để đưa ra kết luận về câu chuyện cuộc đời họ. Dù biết rằng mình không nắm đủ thông tin để có thể thực sự thấu hiểu, bạn vẫn cảm thấy thỏa mãn với kết luận mình đưa ra. Sự quy kết này của bạn về nguyên nhân của thứ hệ quả đang diễn ra có thể trùng phóc. Nhưng bạn cũng rất thường xuyên đưa ra kết luận sai, bởi vì dù sao thì bạn cũng chẳng thông minh lắm đâu.

Một nghiên cứu năm 1992 do Constantine Sedikides và Craig Anderson thực hiện đã hỏi những người Mỹ về lý do tại sao lại có công dân Mỹ muốn đào ngũ sang Liên bang Xô Viết cũ. Hầu hết những người được hỏi đều vội

vàng đưa ra kết luận, và có tới 80% số người cho rằng những kẻ này có lẽ đã bị lẫn lộn, hoặc là đã có ý phản quốc ngay từ đầu. Họ coi những người này là những nhân vật hành động chỉ đơn thuần dựa trên tính cách. Nói cho cùng thì Hoa Kỳ cũng là *vùng đất của những kẻ tự do và quê hương của những người can đảm*<sup>Ⓢ</sup>. Đây là nơi mà các đối tượng tham gia nghiên cứu đã sinh ra và lớn lên. Khi các nhà khoa học hỏi về việc tại sao lại có những người Nga đào ngũ sang phía Mỹ, 90% cho rằng họ muốn trốn khỏi một nơi tệ hại để tìm kiếm một cuộc sống tốt đẹp hơn. Dưới con mắt của người Mỹ, những người Nga này đã không bị ảnh hưởng bởi tính cách, mà bởi môi trường xung quanh. Coi họ là những kẻ phản bội là một điều đáng sợ, bởi những người này đang cập bến lên chính quê hương của các đối tượng tham gia thí nghiệm. Bởi vậy, thay vào đó, họ cho rằng hành vi này xuất phát từ tác nhân ngoại vi.

Theo lời của nhà tâm lý học Harold Kelly thì khi bạn quy kết hành vi của một ai đó, bạn còn tính tới tính nhất quán. Nếu một người bạn của bạn có xích mích với một người khác mà bạn biết, việc đầu tiên bạn làm sẽ là xem hành động của họ có thống nhất với các hành vi trong quá khứ không. Nếu họ thường xuyên gây gổ vì những chuyện vặt vãnh, bạn sẽ quy kết rằng đó là tính cách của họ. Nếu đó là một người có khả năng giữ bình tĩnh tốt, bạn sẽ đẩy trách nhiệm qua tác động của môi trường bên ngoài. Thường thì lối tắt này khá hiệu quả, và trong lịch sử tiến hóa thì việc kiểm tra tính thống nhất của hành vi trong quá khứ và hiện tại của những người xung quanh là tương đối dễ dàng. Tuy nhiên trong thế giới hiện đại thì bạn chẳng thể nào kiểm tra được tính thống nhất hành vi của người phục vụ bàn hay những hành khách đi tàu điện ngầm. Bạn không thể biết chắc hành vi xả súng của ai đó có đồng nhất với suy nghĩ và hành động trong quá khứ của chính hắn không, hay là liệu người vừa tạt đầu bạn trên đường có phải là

một thằng khốn bầm sinh không. Khi không thể kiểm tra được độ thông nhất này, bạn sẽ đổ trách nhiệm cho bản chất con người họ.

Một trong những nghiên cứu đầu tiên làm sáng tỏ cách vận hành của lỗi quy kết bản chất đã được thực hiện vào năm 1967 bởi Edward Jones và Victor Harris tại Đại học Duke. Họ cho sinh viên đọc những bản ghi chép của những bài tranh luận về tư tưởng chính trị của Fidel Castro (ngày nay thì có lẽ họ có thể sử dụng Osama Bin Laden). Trong những bản ghi chép này có cả ý kiến ủng hộ lẫn phản đối. Khi được cho biết rằng người hùng biện được tự chọn quan điểm của mình thì các sinh viên nhận định rõ ràng là ý tưởng trong bài hùng biện xuất phát từ cảm nhận của người viết. Nếu bài hùng biện nói rằng họ bất đồng quan điểm với Castro, những sinh viên sẽ nói rằng họ tin nhận định này. Nhưng khi các sinh viên tham gia thí nghiệm được phổ biến rằng những người hùng biện đã không được lựa chọn mà bị chỉ định chủ đề, các sinh viên đã không tin điều đó. Ví dụ như khi đọc những bài hùng biện ủng hộ Castro, họ vẫn nói rằng người hùng biện đang nói thật về các luận điểm của mình. Ảnh hưởng từ tình hình ngoại vi đã không tác động lên đánh giá của họ; thay vào đó, họ cho rằng những câu chữ của người hùng biện xuất phát từ quan điểm cá nhân.

Ngày nay, nhiều phiên bản khác nhau của thí nghiệm này hiện vẫn được thực hiện. Tất cả những sự thay đổi trong các yếu tố biến thiên đều dẫn tới cùng một kết quả. Năm 1997, Peter Ditto đã thuê một nữ diễn viên đến để nói chuyện với các đối tượng thí nghiệm là nam giới. Cô ấy lần lượt trao đổi ngắn với những người tham gia rồi viết báo cáo về ấn tượng của mình với người đó. Khi Ditto phổ biến cho những người đàn ông tham gia rằng cô diễn viên đã bị yêu cầu phải viết những bản báo cáo tiêu cực, họ hiểu và thông cảm bởi cô ấy chỉ làm theo mệnh lệnh mà thôi. Tuy nhiên khi được biết rằng cô ấy đã được yêu cầu phải viết báo cáo mang tính tích cực, những

người đàn ông lại nghĩ cô diễn viên đã viết đúng những gì cô ấy thực sự cảm thấy, và rằng cô ấy đã có cảm tình với họ.

Bạn mắc lỗi quy kết bản chất khi tin rằng hành động của mọi người xuất phát từ tính cách và bản chất của họ, chứ không chịu ảnh hưởng từ bối cảnh xung quanh. Khi một người đàn ông cho rằng cô vũ nữ thoát y thích anh ta, hay khi ông sắp cho rằng tất cả các nhân viên đều muốn nghe chuyện ông ta câu cá ở Costa Rica thế nào thì đó chính là lúc họ đang phạm phải lỗi quy kết bản chất.

Rất khó để có thể nắm được một cách đầy đủ sức ảnh hưởng của tình huống lên hành vi của bạn và những người mà bạn cho là thân quen. Vào năm 1971, Philip Zimbardo đã thực hiện một thí nghiệm tại Đại học Stanford. Kết quả thí nghiệm này đã làm rung động chính ông và vĩnh viễn thay đổi ngành tâm lý học. Zimbardo đã nghiên cứu về những vai diễn mà bạn khoác lên mình trong suốt cuộc đời, những nhân vật mà bạn đã tạo dựng và sử dụng tùy vào các tình huống cụ thể. Ông cho rằng những hành động tàn ác trong các cuộc chiến hay trong các nhà tù không liên quan nhiều tới bản tính xấu xa, mà là hệ quả của sự nhập vai một cách vô thức.

Ông đã cho 24 nam sinh viên tung đồng xu để xác định ai sẽ phải đóng vai tù nhân và ai sẽ là quản giáo trong một nhà tù giả lập. Những người được lựa chọn một cách ngẫu nhiên để đóng vai tù nhân sẽ được mặc áo số và đeo xiềng chân. Quản giáo được mặc đồng phục, đeo kính râm, và cầm gậy gỗ. Những người đóng vai quản giáo chỉ được phép gọi tù nhân bằng số hiệu, và không được phép động tay động chân với họ. Zimbardo đã nhờ lực lượng cảnh sát địa phương bắt giữ *tù nhân* tại nhà riêng, và thực hiện lục soát ngay trước mặt những người hàng xóm. Sau đó họ phải trải qua đầy đủ các thủ tục tại đồn cảnh sát như chụp hình và lấy dấu vân tay. Sau khi bị bịt mắt và ngồi chờ trong một phòng tạm giam thật, *tù nhân* được đưa đi khám

người tại nhà tù giả lập trong khuôn viên trường. Sau tất cả những thủ tục trên, thí nghiệm thực sự bắt đầu. Kế hoạch là thí nghiệm sẽ diễn ra trong vòng hai tuần. Các nhà khoa học sẽ ghi hình và ghi chú lại toàn bộ những gì diễn ra. Trên thực tế, thí nghiệm này buộc phải kết thúc sau 6 ngày.

Đã có một vụ nổi loạn xảy ra ngay trong ngày thứ hai. Một người đã được rời thí nghiệm vào ngày thứ ba. Tổn thương tâm lý mà đối tượng này phải hứng chịu lớn tới nỗi các nhà nghiên cứu đã không thể tiếp tục giam giữ anh ta. Vậy chuyện gì đã xảy ra?

Zimbardo đã cẩn thận tuyển chọn các đối tượng tham gia thí nghiệm từ nhóm các sinh viên thuộc tầng lớp trung lưu, không có tiền án tiền sự, lịch sử bạo lực hay sử dụng chất gây nghiện. Ông đã giao nhiệm vụ đảm bảo trật tự cho quản giáo, nhưng không đưa ra các hướng dẫn cụ thể. Lúc đầu, cả quản giáo lẫn tù nhân đều không thực sự nghiêm túc.. Họ đùa giỡn với nhau, và mất nhiều thời gian mới có thể thực sự nhập vai. Tuy nhiên Zimbardo đã yêu cầu quản giáo phải thường xuyên đánh thức tù nhân dậy bằng cách thổi còi và tiến hành điểm danh, bắt tù nhân phải đọc số hiệu của mình. Dần dần, những người đóng vai quản giáo ngày càng trở nên hung hăng hơn khi điểm danh, ngày càng lạm quyền và tàn bạo hơn. Nếu có tù nhân nào vi phạm luật, các quản giáo sẽ bắt họ phải chống đẩy hoặc dùng tù quần áo làm phòng biệt giam cho những người này. Trong buổi sáng của ngày thứ hai, các tù nhân cảm thấy mình đã chịu đựng quá đủ và đã dựng rào chắn bằng chăn nệm rồi hò hét đáp trả lại đám quản giáo. Tới phần mình, nhóm quản giáo đã dùng bình cứu hỏa xịt vào phòng giam để mở đường xông vào trong. Tiếp theo, họ lột trần những tù nhân nổi loạn, bỏ giường chiếu của họ ra ngoài, chửi mắng và lăng nhục họ. Để phòng ngừa những vụ nổi loạn trong tương lai, nhóm quản giáo cho phép một số tù nhân được mặc quần áo và ngủ trên giường nếu những người này chịu giữ trật tự và tuân thủ mệnh lệnh. Những tù nhân may mắn này cũng được đặc cách

cho ăn đồ ngon hơn, sử dụng bàn chải và kem đánh răng. Sau một vài giờ, những đặc ân này lại bị tước bỏ để dành cho một số tù nhân khác. Các quản giáo giả làm vậy để khiến tâm trí của các tù nhân bị xáo trộn. Họ ngăn chặn sự mạnh mẽ của bất kỳ hội nhóm nào bằng cách khiến các tù nhân nghi ngờ lẫn nhau xem ai đang hợp tác với quản giáo. Không lâu sau đó, họ còn bắt các tù nhân phải sử dụng một chiếc xô để đi vệ sinh và phải thực hiện các hành vi đồi trụy với nhau.

Bản thân Zimbardo cũng bị choáng ngợp bởi sức mạnh của tình huống như các đối tượng tham gia thí nghiệm. Ông bắt đầu tưởng tượng mình là một quản ngục, và khi ông nghe tin đồn về kế hoạch tẩu thoát của các tù nhân, ông đã cố gắng biến nhà tù giả lập này thành một nhà tù thực sự nhưng thất bại. Khi ông nhìn thấy đoạn phim quay cảnh một quản giáo có hành vi bạo lực đối với các tù nhân khi tưởng rằng các nhà tâm lý học đang không theo dõi, Zimbardo đã nhận ra mọi thứ đang vượt quá tầm kiểm soát. Cuối cùng thì khi một thực tập sinh của ông lần đầu tới thăm quan thí nghiệm và kinh hoàng trước cuộc sống tồi tệ mà các tù nhân đang phải chịu đựng, Zimbardo đã thức tỉnh và kết thúc thí nghiệm này. Các *tù nhân* hân hoan sung sướng khi thoát khỏi cảnh tù ngục; *quản giáo* thì không ngớt phàn nàn.

Trong các cuộc phỏng vấn sau thí nghiệm này, các sinh viên phải đóng vai tù nhân cho biết họ cảm thấy như thể đã đánh mất danh tính của mình, và bối cảnh của thí nghiệm đã trở thành một nhà ngục thật sự. Họ đã tự chất vấn sự tỉnh táo của bản thân. Họ quên rằng mình hoàn toàn có thể thoát ra bất kỳ lúc nào chỉ đơn giản bằng cách yêu cầu dừng thí nghiệm. Các quản giáo thì cho biết họ chỉ làm theo mệnh lệnh.

Hãy nhớ rằng, cách đó có một tuần, tất cả những người này đều chỉ là những sinh viên bình thường thuộc tầng lớp trung lưu. Những người xung



quanh hay ngay cả chính bản thân họ đã không hề nhận ra bất kỳ dấu hiệu nào cho thấy họ có khả năng làm những chuyện tàn ác hay phải chịu phục tùng tới mức như vậy. Tất cả chuyện này chỉ diễn ra trong một dãy văn phòng tại một tòa nhà nằm trong khuôn viên trường đại học, và tất cả những người liên quan đều nắm rõ điều này. Vậy mà bối cảnh và những tác động từ bên ngoài đã mạnh tới mức biến những con người bình thường trở thành quái vật và nạn nhân chỉ trong vòng một ngày.

Vài thập kỷ sau thí nghiệm này, Zimbardo đã phủ nhận khẳng định của chính phủ Mỹ cho rằng những hành động tàn bạo xảy ra ở nhà tù Abu Ghraib là hệ quả từ hành vi của một số người xấu. Chính phủ trong trường hợp này đã phạm phải lỗi quy kết bản chất, phớt lờ đi tầm ảnh hưởng của hoàn cảnh, và biến những kẻ phạm tội trở thành những nhân vật không đáng để quan tâm. Mặc dù ông không yêu cầu xá tội cho những người đã tra tấn và làm nhục những phạm nhân người Iraq tại Abu Ghraid, nhưng Zimbardo cho rằng khi người ta bị đặt vào tình huống giống như bối cảnh ông đã dựng nên trong thí nghiệm của mình thì mọi chuyện sẽ xảy ra y như vậy. Điều đó đã xảy ra vào năm 2004 tại Trại cải tạo Baghdad, cũng như ở rất nhiều những nhà tù khác trong suốt chiều dài lịch sử. Theo nhận định của Zimbardo thì không phải ai cũng mang bản chất tốt, nhưng bối cảnh xung quanh có thể khuyến khích các hành động tội ác của họ. Bất kỳ ai cũng có thể trở thành một con quái vật nếu có quyền lực và cơ hội.

Khi bạn chụp mũ thái độ lạnh nhạt của những người thương yêu là sự bàng quan trước những nhu cầu và mong muốn của mình, thay vì là hệ quả của sự căng thẳng trong công việc hay của một vấn đề nào đó, bạn đã mắc phải lỗi quy kết bản chất. Khi bạn bỏ phiếu cho một ứng viên vì trông họ có vẻ thân thiện và dễ gần, nhưng lại phớt lờ khả năng hình tượng đó được dựng lên để thu hút cử tri, bạn đang phạm lỗi quy kết bản chất. Bạn cũng sẽ phạm lỗi này khi nhầm lẫn giữa sự thân thiện với sự hứng thú tình cảm lãng

mạn, hay khi coi nghèo khó là hậu quả của sự lười biếng. Nếu muốn, bạn hoàn toàn có thể tìm ra nguyên nhân dẫn đến hành vi của ai đó. Tuy nhiên, rất hiếm khi bạn tính tới sức mạnh của bối cảnh. Bạn quy trách nhiệm cho chủ thể hành động, nhưng lại quên mất ảnh hưởng từ môi trường cũng như tác động của những người xung quanh họ. Bạn mắc phải những lỗi này đơn giản bởi bạn mong muốn giữ vững được niềm tin rằng hành vi của bản thân mình cũng chỉ xuất phát từ bên trong chứ không bị ảnh hưởng bởi các tác nhân ngoại vi. Mặc dù vậy, bạn biết đây không phải là sự thật. Bạn có thể chuyển từ một nhân vật hướng nội sang hướng ngoại, từ một người thông minh thành một kẻ đơn giản, từ một người đầy lòng thành thành một kẻ ma mãnh – tất cả đều phụ thuộc vào việc bạn đang ở trong tình huống nào, và ai đang dối theo bạn.

Lỗi quy kết bản chất dẫn tới việc vội vàng quy kết và gán mác người khác. Nhưng bạn nên nhớ rằng ấn tượng đầu tiên hiếm khi chính xác. Khi bạn trở nên thân quen với ai đó hơn, hiểu hơn về những tình huống và hoàn cảnh dẫn đến các hành động của họ, các ấn tượng này thường thay đổi. Nắm được điều này không có nghĩa là bạn phải tha thứ những hành động gian ác, mà là để bạn có thể ngăn chặn trước khi chúng xảy ra.

## LỜI CẢM ƠN

Một cái ôm thật chặt gửi tới Erin Malone, người đã tìm ra trang blog của tôi và tin rằng nó cần phải được tồn tại ở dạng vật chất. Bằng niềm tin và những nỗ lực của cô, điều này đã thành sự thật. Cảm ơn Erin rất nhiều.

Cảm ơn Patrick Mulligan, người đã *hiểu ra* từ sớm, và rồi chặt chém không nương tay bản thảo đầu tiên của tôi cho tới khi nó trở thành thứ mà người khác có thể đọc hiểu được. Tôi thật may mắn khi có một biên tập viên nhiệt tình tới vậy.

Ngàn lời cảm ơn gửi tới người vợ yêu dấu của tôi, Amanda, người đã dõi theo sự thành hình của cuốn sách này, và đã nhiều lần giữ cho nó không bị lạc hướng.

Cuốn sách này cũng như trang blog của tôi đều xuất phát từ lớp tâm lý học mà tôi đã tham gia sau khi tốt nghiệp trung học 7 năm.

Sau khi cưới, vợ chồng tôi đã bán tất cả gia sản để đi tới Đức với một lý do duy nhất là để xem chuyện gì sẽ xảy ra. Chúng tôi đều từng theo học một ngôi trường nhỏ tại Mississippi, và đều đã từng làm những công việc phù hợp với một lý lịch như vậy – phục vụ bàn, thợ xây, bán áo khoác.

Thoát ra khỏi cuộc sống đó để dần thân vào một chuyến du hành kỳ lạ có vẻ rất hợp lý. Và trong hành trình của mình, chúng tôi đã vô cùng bất ngờ khi nhận ra sự ngây thơ và kém hiểu biết của bản thân. Chúng tôi thề với nhau rằng khi quay trở lại nước Mỹ, cả hai sẽ phải cố gắng kiếm được tấm bằng đại học.

Một trong những trải nghiệm đại học của chúng tôi là một khóa học vô cùng khó, và mang tính đổi đời – Tâm lý học Nhập môn, với sự dẫn dắt của một giảng viên tuyệt vời, Jean Edwards.

Lớp học của cô Edwards không hề giống với bất kỳ lớp học nào khác. Không hề cười ngửa xem hoa. Hàng ngày, cô bước vào giảng đường với một chiếc máy tính xách tay và máy chiếu, sử dụng các bức ảnh, đoạn phim, phim hoạt hình, và đồ thị để giải thích cách hoạt động phức tạp của tâm trí con người. Những cuốn sách giáo khoa trở thành phương tiện gợi nhớ và bổ sung. Trong lớp của mình, cô Edwards sử dụng những bài thuyết trình đã được nhào nặn hàng năm trời để mở mang tâm trí và thức tỉnh chúng tôi khỏi sự ảo tưởng. Cô luôn yêu cầu chúng tôi phải đứng dậy và diễn, gộp vào từng nhóm rồi lại tách ra, chỉ vào từng người và bắt phải phát biểu. Trước khi tới giờ kiểm tra, không hề có đề cương để học thuộc, không có ngân hàng câu hỏi. Mỗi đề bài đều đòi hỏi phải có sự hiểu biết sâu sắc. Sau này, khi đã học qua đại học, chúng tôi đều ngạc nhiên vì không thể tìm thấy khóa học nào có thể so sánh với lớp học của cô Edwards.

Trong một buổi học, cô đã yêu cầu chúng tôi tưởng tượng ra một người đàn ông tự bóc toàn bộ cơ thể mình trong giấy báo trước khi mặc quần áo vào mỗi sáng. Anh ta chăm chỉ lao động, kiếm tiền nuôi gia đình, và chưa từng làm hại ai. Cuối mỗi ngày, anh ta lại bí mật và cẩn thận gỡ bỏ lớp giấy báo trước khi lên giường đi ngủ. Sau đó cô hỏi: “Liệu người này có bị điên không?” Trong vòng một giờ đồng hồ, cả lớp đã tranh luận về điều đó. Phản ứng đầu tiên của hầu hết mọi người đều là: “Đúng vậy, chắc chắn anh ta bị điên.” Cô Edwards cứ vậy mà đẩy mọi người tiếp tục tranh luận, chỉ ra những điểm mà chúng tôi chưa hiểu hết, yêu cầu chúng tôi phải tự đánh giá những suy nghĩ và thói quen của bản thân. Cuối buổi học, tất cả sinh viên trong lớp đều thống nhất một điều – anh chàng giấy báo này cũng bị ảo

tưởng như tất cả mọi người, như chính bản thân chúng tôi, và bởi vậy anh ta không bị điên.

Mọi tiết học của cô Edwards đều hé lộ những điều mới, không chỉ là khối lượng khổng lồ những sự thật còn ẩn giấu của môn tâm lý học, mà còn vì cô đã chỉ cho những người như tôi và vợ tôi (cô ấy học cùng tôi lớp này) hiểu rằng luôn có những tâm hồn đồng cảm ở thế giới ngoài kia. Cô đã không ngại bỏ ra thêm một giờ đồng hồ để nán lại thảo luận sau buổi học, và cô luôn sẵn sàng lật đổ mọi quy tắc và sự trông đợi của sinh viên cũng như các giảng viên khác. Cô đã giúp chúng tôi tự do thể hiện sự khác biệt trong một môi trường an toàn và được tôn trọng. Với sinh viên chúng tôi, cô là một tấm gương tuyệt vời, một hình mẫu mà trước khi gặp cô, chúng tôi thậm chí còn không biết là có thể tồn tại. Cô là một người phụ nữ thông minh, thành đạt, chuyên nghiệp, dám đặt ra câu hỏi cho mọi thứ và thách thức mọi người cùng tham gia. Cuốn sách này, và trang blog khởi nguyên của nó, tất cả đều bắt đầu từ lớp học của cô.

Và bởi vậy, cảm ơn cô Jean Edwards. Cô đã vĩnh viễn thay đổi cuộc đời cũng như thế giới quan của em.

← Chính xác hơn thì bán cầu não phải tiếp nhận thông tin từ ngưỡng nhìn phía bên trái, chứ không chỉ mỗi mắt trái. Điều này cũng đúng đối với nửa còn lại của bộ não. Một phần của ngưỡng nhìn phía bên trái được tiếp nhận bởi mắt phải, ở ngay khoảng gần mũi. (Ghi chú của tác giả, mọi ghi chú sau này đều của người dịch).

← Phụ nữ phương Tây thường đổi sang họ của chồng sau khi cưới.

← Có thể coi cảm thụ tính giống như những tiên đề trong toán học vậy. Đó là những định nghĩa căn bản nhất để xây dựng nên các khái niệm khác. Ở đây là những thuộc tính căn bản nhất trong trải nghiệm của tâm trí mỗi người mà không thể nào định nghĩa hay miêu tả được, ngoại trừ bằng việc so sánh nó với những trải nghiệm khác.

← Stephen Colbert là một diễn viên hài, người dẫn chương trình nổi tiếng tại Mỹ với phong cách hài hước dí dỏm, chuyên đả kích phe bảo thủ và các giá trị của họ.

← Entropy là một khái niệm trong vật lý thể hiện *sự lộn xộn* hay *tính bừa* của một hệ (Đại lượng đặc trưng cho trạng thái nhiệt động của một hệ).

← Nutrisystem là một công ty chuyên cung cấp sản phẩm và dịch vụ tư vấn về dinh dưỡng tại Mỹ. Họ giúp người dùng xây dựng chế độ ăn hợp lý với lối sống và tình trạng sức khỏe của mình.

← Nhóm tập trung (*focus group*): Một nhóm những người thuộc độ tuổi, nghề nghiệp, hoàn cảnh khác nhau được tập trung lại để thảo luận về một vấn đề, sản phẩm, hay dịch vụ cụ thể nhằm đưa ra dữ liệu cho các nhà phân tích.

← Đây là một quan niệm cho rằng những cái chết của người nổi tiếng (có thể không liên quan tới nhau) thường diễn ra một cách liên tiếp và tạo thành bộ ba.

← Một thương hiệu thực phẩm lớn tại Mỹ, dịch nghĩa đen là *Yến mạch Quaker*

← Có một thành ngữ trong tiếng Việt rất tương thích với khái niệm này, đó là *cha chung không ai khóc*.

← Zero-sum game: tình huống trong đó nếu một người thu được lợi ích thì người khác sẽ bị thiệt hại tương đương. Sở dĩ gọi là zero-sum vì sau khi cộng tất cả các lợi ích và trừ đi các khoản thiệt hại của tất cả những người tham gia, ta được kết quả là 0.

← Serotonin là một chất dẫn truyền thần kinh được cho là đóng vai trò quan trọng trong việc điều tiết cảm xúc, đặc biệt là cảm giác hạnh phúc. Thiếu hụt serotonin dẫn đến việc cảm thấy buồn chán, giảm sự ham muốn, giảm cảm giác quan tâm hoặc dễ dàng cáu giận.

← Ngụy khoa học (*pseudoscience*) là những loại hình của các kiến thức hay các quy trình nào đó không được công nhận là một môn khoa học do không đáp ứng được các nguyên tắc khoa học cơ bản.

← Đây là những lãnh đạo của các hội nhóm, giáo phái và tôn giáo tự phát tại Mỹ.

← Radon: Một loại khí phóng xạ độc hại, có thể tích tụ trong các tòa nhà, tầng hầm.

← Beat Generation: Phong trào văn học (về sau phát triển thành trào lưu sống) xuất hiện vào sau Thế chiến II, phản đối việc tìm hiểu tôn giáo, cổ xúy việc đi ngược lại các giá trị truyền thống, dùng chất kích thích, tự do tình dục, v.v...

← Một chiến dịch tình nguyện hỗ trợ dân Mỹ gốc Phi thực hiện quyền đăng ký bầu cử tại Mississippi vào mùa hè năm 1964.

- ← Tạm dịch: Thị Trường Cho Những Kẻ Nổi Loạn. Tại Mỹ cuốn sách này được xuất bản dưới tên gọi *Nation of Rebels: Quốc Gia Của Những Kẻ Nổi Loạn*.
- ← Chương trình trò chuyện đêm khuya nổi tiếng của đài NBC tại Mỹ.
- ← Người ta thường buộc hoặc thắt nút áo/vải trước khi nhuộm màu, để phần vải đó không nhuộm màu hoặc sẽ dùng màu khác nhuộm thêm vào.
- ← Ở đây là các bang miền Nam nước Mỹ.
- ← Những người chuyên chạy theo mốt, theo những xu hướng mới nhất, ít người biết tới nhất.
- ← Trào lưu đội mũ lưỡi trai in tên hãng đã từng phổ biến trong giới trẻ thành thị dù loại mũ này được coi là gắn liền với tầng lớp công nhân hay lao động phổ thông.
- ← Hãng bia Pabst Blue Ribbon đã giành lại được thị trường bằng cách thúc đẩy quảng cáo trong chính cộng đồng đã ưa chuộng hãng bia này chứ không sử dụng các cách thức quảng cáo phổ biến khác. Mục đích là để thu hút sự chú ý của những người đi ngược lại trào lưu.
- ← Một nghệ sĩ nổi tiếng người Mỹ.
- ← Theo những nghiên cứu khảo cổ thì tượng cẩm thạch và các công trình kiến trúc ở La Mã cổ đại đều được sơn màu sắc sặc sỡ, tuy nhiên do quá trình phong hóa nên lớp sơn đã bị mất đi, để lại những di tích bằng đá màu trắng.
- ← Hai chương trình truyền hình thực tế nổi tiếng.
- ← Massachusetts Institute of Technology: Viện Công nghệ Massachusetts
- ← Loại chuột máy tính sử dụng một quả bóng lớn để điều hướng con trỏ thay vì di trên mặt bàn.



- ← Điều nhảy mô phỏng việc chạy tại chỗ xuất hiện từ thập niên 1990.
- ← Hiện tượng chỉ có thể được nhìn thấy vật thể khi nó ở rất gần với trung tâm tầm nhìn, thường xảy ra khi cơ thể bị suy nhược, trúng độc, hay khi chạy xe với tốc độ cực nhanh.
- ← Hội chứng rối loạn ám ảnh cưỡng chế OCD (*Obsessive Compulsive Disorder*) là một rối loạn tâm lý có tính chất mãn tính, dấu hiệu phổ biến là luôn bị ám ảnh, lo lắng không có lý do và phải thực hiện các hành vi có tính chất ép buộc để giảm bớt căng thẳng.
- ← Sweet Lemon: Từ mang ý nghĩa ẩn dụ gần như trái ngược với *chùm nho chua*. Có người cho rằng cụm từ này xuất phát từ câu tục ngữ *When life gives you lemons, make lemonade* (Khi bị đời ném cho vài quả chanh, thì hãy làm nước chanh thôi) – ám chỉ việc lạc quan vượt qua những khó khăn trong cuộc sống.
- ← Trận chung kết của giải bóng bầu dục quốc gia Mỹ.
- ← Phong cách thời trang của thập niên 1970. Bộ đồ này gồm áo khoác dáng giống áo sơ-mi và quần đồng màu.
- ← Professional futurist: Những nhà khoa học và xã hội học nghiên cứu, phân tích các sự kiện ở hiện tại để đưa ra dự đoán về các sự kiện trong tương lai. Mục đích chính của ngành này là kiểm soát kịp thời các mối nguy hiểm tiềm tàng.
- ← Trong trò máy đánh bạc (*slot machine*), khi người chơi quay được 3 hình giống nhau thì họ sẽ nhận được giải thưởng.
- ← Nguyên bản cụm từ này là “going postal”.
- ← Đây là một câu trong quốc ca của Hoa Kỳ.

- ← Trong trường hợp cụ thể này thì đây được gọi là hiện tượng Baader-Meinhof: Khi bạn nhận thấy một điều mà bạn mới để ý tới hoặc mới học được bỗng dưng xuất hiện một cách thường xuyên.
- ← Đây là những nhà phê bình chính trị nổi tiếng tại Mỹ.
- ← Vụ thảm sát tại trường trung học Columbine, bang Colorado, thực hiện bởi 2 học sinh trong trường, khiến cho 15 người thiệt mạng và 24 người bị thương.
- ← Điều này cũng có thể được giải thích thông qua thiên kiến xác nhận hay hiện tượng Baader-Meinhof.
- ← Đây là ghép của hai chữ *lobotomy*, tên của kỹ thuật cắt thùy não, và *automobile* nghĩa là xe hơi.
- ← Ở Mỹ, luật pháp của các bang cho phép người sở hữu phương tiện giao thông được đăng ký biển số tự chọn với một khoản phí thường niên.
- ← Trò này có nghĩa là bạn có thể tạo ra một mối quan hệ với bất kỳ ai thông qua tối đa 6 mối quan hệ trung gian.
- ← Chủ nghĩa biệt lệ (*exceptionalism*) là hệ tư tưởng của một người hoặc một nhóm cho rằng họ là những kẻ được chọn, là những người đặc biệt và xứng đáng có được nhiều quyền lợi hơn người khác.
- ← Mức âm lượng tương đương với việc đứng gần một chiếc máy bay phản lực đang cất cánh.
- ← Nhân vật chú thỏ nổi tiếng trong loạt phim hoạt hình *Looney Tunes* và là một trong những biểu tượng chính thức của hãng Warner Bros.
- ← Theo nghiên cứu của Hennessey, Rucker và McDiarmid vào năm 1979, các sinh vật đơn bào thuộc lớp Trùng Cỏ có khả năng bị điều kiện hóa. Tuy

nhiên cho đến nay, chưa ai từng lặp lại hay có ý định thực hiện lại các thí nghiệm của họ để kiểm chứng kết quả.

← Một bộ phim giả tài liệu hài nổi tiếng.

← Graduate Record Examination – bài kiểm tra tiêu chuẩn được sử dụng để xét điều kiện nhập học sau đại học.

← Một cuốn sách kỹ năng thể loại self-help được viết bởi Rhonda Byrne.

← Vào khoảng thập niên 70 và 80, Chính phủ Mỹ yêu cầu các trường học sử dụng xe buýt để đưa đón học sinh từ nhiều khu vực dân cư khác nhau với mục đích làm cân bằng số lượng học sinh da trắng và da màu.