

Глава 1

Прайминг, или Искаженная интерпретация ситуации

Заблуждение: вы знаете, кто и когда на вас влияет и как это отражается на вашем поведении.

Истина: вы даже не осознаете, что в вашем подсознании постоянно формируются идеи, подталкивающие вас к принятию тех или иных решений.

По дороге домой вы спохватываетесь: а шпинат-то и не купили — собственно, ради него вы предприняли вылазку в магазин. Ладно, можно заглянуть на заправочную станцию, там он тоже продается. Впрочем, подождет до следующего раза. Кстати, бензин снова подорожал... Мысли перескакивают на цены и неоплаченные счета. Вдруг посещает сомнение: потянули ли вы покупку нового телевизора? Неожиданно вспоминается «Звездный крейсер „Галактика“» и то счастливое время, когда смогли разом посмотреть все четыре сезона... Черт побери, вы уже дома, но где были, о чем думали по пути — ничего не помните.

Вы возвращались домой, находясь под гипнотическим воздействием прямой бегущей дороги: ваши сознание и тело будто парили параллельно происходящему. Призрачный мир отступил, как только вы припарковались и вынули ключ зажигания. Такое состояние называют *дорожным гипнозом*. Он часто отмечается у рабочих, стоящих у конвейера, из-за однообразных движений рук, автоматически выполняющих

одно-единственное задание, из-за монотонного шума плывущей перед глазами линии у них тоже происходит расщепление внутреннего мира; они впадают в умственный ступор, когда сознание, пытаясь избавиться от пресной действительности, погружается в зону полного затмения.

Наше восприятие то и дело раскалывается на сознательное и подсознательное. Прямо сейчас вы читаете — и делаете это сознательно, но одновременно дышите, мигаете, глотаете, сохраняете определенную позу; вы держите рот закрытым и не пускаете слюней. Все системы жизнедеятельности или контролируете, или полагаетесь на работу вегетативной нервной системы. Вы можете вести машину, контролируя положение ноги на педали, руки на руле, пропуская через сознание миллионы мелких и точных движений, благодаря которым избегаете столкновения на огромной скорости, скрежета металла и страшной смерти, — напротив, вы спокойно подпеваете какой-то мелодии из приемника, покуда некая часть вашего разума занимается решением всех практических вопросов. Всем известно о существовании подсознания, этого непонятного компонента нашего восприятия, но вы склонны трактовать сферу бессознательного как нечто изолированное, как воплощение своего примитивного «я», как подспудно существующее сознание. И конечно, за рулем сидит не оно.

Вот только наука считает иначе.

О могуществе подсознания свидетельствуют эксперименты двух ученых: Чэнь-Бо Джона из Торонтского университета и Кети Лильенквист из Северо-Западного университета; в 2006 году они опубликовали совместную статью в журнале *Science*. Участников просили извлечь из памяти что-либо постыдное, совершенное ими в прошлом, и рассказать, какие чувства вызывают у них эти воспоминания; потом половине испытуемых предлагали помыть руки. В конце эксперимента всех спрашивали, не согласятся ли они далее участвовать

в эксперименте бесплатно, просто чтобы помочь не очень состоятельному аспиранту в его исследовании. Из тех, кому предоставили возможность вымыть руки, согласились всего лишь 41%, из тех, кто не мыл рук, — 74%. Исследователи полагают, что первая группа, подсознательно смывшая свои грехи, не ощущала необходимости в дальнейшем искуплении.

Разумеется, участники не могли «смыть» собственные переживания и на сознательном уровне совсем не думали, что очистились от чувства вины. И все же понятие чистоты для человека означает нечто большее, чем просто гигиеническую процедуру. Чэнь-Бо Джон и Кети Лильенквист напоминают, что в человеческих культурах чистота и грязь воспринимаются не только как физические категории, но и как моральные понятия. Омовение входит во многие религиозные ритуалы; в повседневной речи мы употребляем соответствующие метафоры, называя подные деяния «грязными», а дурных людей «пеной» или «отбросами». Мы одинаково морщимся от отвращения, сталкиваясь с чьим-то хамством или чувствуя отвратительный запах гнили. Поэтому закономерно, что у испытуемых возникла ассоциативная связь между вымытыми руками и чистой совестью, и подсознательно это повлияло на их поведение.

В прошлом каждого человека есть побудительные мотивы, воздействующие на системы его поведения и мышления, в свою очередь формирующие определенные понятия, впечатления и воспоминания, которые в дальнейшем вновь запускают ассоциативный механизм. Явление искаженной интерпретации воспринимаемой ситуации называется *прайминг*. Каждое впечатление, независимо от того, регистрируете вы его в сознании или нет, включает в нервной сети целую цепочку родственных ему идей и представлений. Видим ручку — вспоминаем карандаш, видим классную доску — вспоминаем школу. Подобное происходит с вами ежеминутно,

и вы даже не осознаете, насколько эти процессы сказывают-
ся на вашем поведении.

Группа ученых — Аарон Кей, Кристиан Уилер, Джон Барг-хэнд и Ли Росс — в 2003 году провела исследование, которое в ряду многих других продемонстрировало, как сильно подсознательная психическая деятельность влияет в целом на мыслительные и поведенческие процессы и в какой степени они зависят от прайминга. Испытуемых разделили на две группы, каждую попросили соединить линиями фотографии и словесные описания. Первой группе выдали нейтральные изображения: воздушные змеи, киты, индюки; участникам второй группы предоставили снимки деловых аксессуаров: портфели, авторучки и тому подобное. Затем испытуемых развели по отдельным кабинкам и сказали, что теперь они будут играть в паре, причем в роли партнеров выступали организаторы эксперимента. Выигрыш мог составить десять долларов. Испытуемый получал чашу с двумя лежащими в ней бумажками; на одной было написано «предложение», на другой — «решение». Предоставлялся выбор: вытянуть клочок бумаги вслепую самому или позволить это сделать своему партнеру. В чем подвох? Тот, кто вытаскивал бумажку «предложение», получал десять долларов и решал, как их разделить. Партнер, со своей стороны, мог принять предложение или отказаться. В случае отказа оба оставались ни с чем. Эта игра «Ультиматум» весьма популярна среди психологов и экономистов, которые ценят ее за предсказуемость. Обычно предложения ниже 20% от общей суммы отвергают не раздумывая.

Большинство людей предпочитали сами тянуть жребий. На самом деле «предложение» писалось на обеих бумажках, так что если кто-то и предоставлял честь тянуть жребий партнеру, последний (то есть сам экспериментатор) заявлял, будто вытащил бумажку с надписью «решение», и испытуемому все равно приходилось подбирать взаимоприемлемое

предложение, иначе оба пролетали с деньгами. Результаты не у всех оказались одинаковыми, но предположения учёных насчет прайминга они вполне подтвердили. В первой группе, которая перед игрой занималась нейтральными изображениями, предложили делить деньги поровну (каждому по пять долларов) 91% испытуемых; во второй группе, среди тех, кто имел дело с картинками из делового мира, делить деньги поровну предложили всего 33%, остальные пытались придержать копеечку для себя.

Затем тот же эксперимент повторили, но уже не с фотографиями, а с реальными предметами. Участники снова играли в «Ультиматум», первой группе выдали нейтральные предметы: рюкзак, картонную коробку, деревянный карандаш; у второй группы на столах лежали: у кого — перьевая ручка, у кого — портфель или кожаная папка. На этот раз в первой группе предложили поровну разделить сумму все 100% участников; во второй группе на это пошли лишь 50%; другая половина старалась обойти своих партнеров по игре.

Затем всех участников опросили о причинах их поведения, и никто не вспомнил о находившихся в комнате предметах. Вместо этого руководителям эксперимента пришлось выслушивать о том, что такое хорошо и что такое плохо, сен-тенции о справедливости и описания чувств, которые вызывали у игроков их партнёры, — причем испытуемые признавались, что их отношение к партнёру служило сильной мотивацией.

Итак, довольно присутствия делового портфеля или дорогой авторучки — и поведение нормального, разумного человека в корне меняется. В нем просыпается алчность и дух конкурентности, о причинах он, конечно, не догадывается. Когда требуется объяснить свое поведение, человек придумывает якобы разумные доводы, в истинности которых не сомневается.

Психологи проводили этот эксперимент и другими способами. Например, участникам предлагали восстановить слово с пропущенными буквами; в группе, где испытуемых окружали деловые аксессуары, слово конкурентоспособный отгадывали 70% по сравнению с 42% из другой группы. Или показывали сценку, представлявшую неоднозначную беседу двух людей; группа, работавшая с фотографиями портфелей и ручек, считала, что видит момент переговоров, тогда как группа, имевшая дело с нейтральными предметами, — поиск компромисса. И в том и другом случае восприятие происходящего определялось подсознательным праймингом.

Каждый вещественный объект вызывает у вас мгновенный поток ассоциаций. Вы — не компьютер, оснащенный видеокамерами, а реальная действительность — не пустое пространство, где можно объективно оценивать все происходящее. Вы ежеминутно конструируете реальность, наполняя ее своими воспоминаниями и эмоциями, выстраивая свои чувства и мысли, — и таким образом возникает некий коллаж сознания, который существует лишь в вашей черепной коробке.

Какие-то предметы имеют сугубо личное значение, как талисман, подаренный лучшим школьным другом, или варежки, связанные сестрой; какие-то объекты несут в себе универсальный, культурный смысл: луна, карандаш, букет полевых цветов. Они воздействуют на вас независимо от того, сознаете ли вы их силу, зачастую действуя в таких глубинах рассудка, о которых и понятия не имеете.

Еще несколько версий того же эксперимента. Ханк Артс из Уtrechtского университета в 2005 году использовал исключительно запахи: испытуемых просили заполнить анкету и угощали их печеньем, причем одна группа находилась в помещении со слабым запахом чистящего вещества, другая — в комнате, где ничем не пахло. Те, кто прошел

прайминг «запахом чистоты», убирали за собой втрое чаще. В эксперименте Рона Фридмана людям только показывали бутылки с напитками: одной группе — спортивные, другой — простую питьевую воду. Участники, смотревшие на бутылки со спортивным напитком, дольше и упорнее делали физические упражнения.

Лучше всего прайминг работает, когда человек действует автоматически, не обдумывая, какую линию поведения выбрать. Вы не знаете, как лучше поступить, и вдруг изнутри поднимаются какие-то версии, густо окрашенные подсознательным праймингом. Ваш мозг терпеть не может состояния неопределенности и в любой ситуации спешит ее устраниТЬ, в том числе срезая любые углы. Если отсутствуют разумные доводы, он воспользуется тем, что под рукой. Когда нет готовых схем, вы создаете их сами. В описанных экспериментах мозг каждого испытуемого не располагал данными, чтобы подготовиться к тому или иному типу поведения, и он ухватился за изображения деловых аксессуаров или за свежий запах недавней уборки и тут же принялся продуцировать идеи. Сознание участников понятия не имело, что творит их подсознание.

Самопрайминг невозможен, во всяком случае, прямого эффекта он не дает. Это процесс глубоко подсознательный, происходящий в области, куда трудно проникнуть, — психологи называют ее адаптивным бессознательным. Когда вы за рулем, адаптивное бессознательное без устали ведет подсчеты, предсказывает каждый момент и приспосабливается, управляя вашим настроением и мелкой моторикой. Оно выполняет черную работу, предоставляя сознанию сосредоточиться на серьезных решениях. В каждую минуту в вас действует два разума: на высоком уровне — ваше рациональное «я», на глубинном — ваше эмоциональное «я».

Популяризатор науки Джона Лерер подробно описывает это распределение обязанностей в книге «Как мы

принимаем решение»* (How We Decide). Он рассматривает два «я» как равных партнеров, способных понимать друг друга и даже спорить. С простыми проблемами, но имеющими незнакомые человеку факторы, лучше справляется рациональное начало. Задачи не должны быть чересчур сложными: рациональный мозг способен одновременно манипулировать не более чем четырьмя — девятью элементами информации. Взгляните, например, на эту последовательность букв и попытайтесь запомнить ее и повторить вслух: КГБФБРЦРУСННССР. Если вы не поняли, в чем тут загвоздка, вряд ли у вас получится. А теперь разделите эту последовательность на аббревиатуры: КГБ — ФБР — ЦРУ — Си-эн-эн — СССР. Повторите опыт, и на этот раз он должен удастся. Вы сумели свести 15 элементов информации к пяти. И таким образом мы все время делим и организуем наш мир. Бесконечный поток информации мы превращаем в конспект реальности. Вот почему в истории человечества, как и отдельного человека, столь важную роль играет письменная речь. Появляется возможность делать пометки и сохранять данные за пределами ограниченной вместимости рационального ума. Что делал бы рациональный мозг без ручки, логарифмической линейки, компьютера?

Эмоциональный мозг, по мнению Лерера, древнее и потому гораздо более развит, чем рациональный. Он способен к сложным решениям и автоматически совершает труднейшие операции: управляет выполнением акробатических кувыроков и движениями брейк-данса, пением по нотам и перетасовкой карт в колоде. С виду эти действия могут показаться простыми и привычными, однако они включают слишком много факторов и последовательных шагов, чтобы рациональный мозг сумел с ними справиться. Он перепоручает их адаптивному бессознательному. Животные с маленькой или

* Джона Лерер. Как мы принимаем решение. М.: Соргус; Астрель, 2010.

вовсе отсутствующей корой головного мозга живут на «автопилоте», за все отвечает их древний эмоциональный мозг. Эмоциональный мозг стар и могущественен, и это такое же «я», как рациональный мозг, хотя его функции не удается наблюдать непосредственно, и данные из него не поступают в сознание, разве что в виде интуиции или чувств. Но он всегда тут, на заднем плане, соучаствует в вашем мышлении. Важнейший аргумент Лерера: «Вы знаете больше, чем вам известно». Вы уверены, что рациональный разум держит все под контролем, но обычно он не замечает того влияния, которое исходит от бессознательного. И утверждение Лерера я дополню следующей мыслью: «Вы не знаете, сколь многое вам неизвестно».

В тайниках подсознания ваш опыт всегда перерабатывается и в удобном для потребления виде передается сознанию. В знакомой ситуации вы можете целиком положиться на интуицию, но как только возникает нечто непривычное, включается рациональный мозг. Дорожный гипноз — полудрема долгого пути — мгновенно рассеивается, как только вы попадаете в незнакомое место. Это относится и к другим сферам жизни. Мы постоянно колеблемся от эмоций к разуму, от автоматизма к контролю.

Наше «я» куда значительнее и сложнее, чем мы осознаем в конкретный момент времени. Наши поступки зачастую обусловлены праймингом, подсказками, поступающими из адаптивного бессознательного, но мы придумываем для своих чувств, мыслей и решений рациональные основания, потому что не замечаем своего закулисного разума.

Когда вы обнимаете друга и чувствуете прилив тепла и радости, все понятно: разум принял определенное решение, передал его в древние отделы мозга, которые тут же выделили соответствующие гормоны. Решение передается сверху вниз, как и следует, и в данном порядке нас ничего не тревожит. А вот обратный процесс настораживает. Если вы,

посидев рядом с портфелем, превращаетесь в алчного человека, то, значит, ваш разум действует согласованно со своим невидимым консультантом, неустанно что-то нашептывающим вам на ухо. Таинственно и жутко — жутко именно потому, что таинственно. Люди, старающиеся влиять на вас, в том числе и руководители эксперимента, знают, насколько это неприятно, и пытаются не допустить тревожного открытия, что вами манипулируют. Прайминг срабатывает лишь в том случае, когда вы понятия о нем не имеете, и те, чей хлеб с маслом зависит от прайминга, приложат максимум усилий, лишь бы скрытое влияние осталось тайным.

Обратимся к казино, этим святилищам прайминга. Со всех сторон слышатся назойливые интонации, музыкальные темы, звон сыплющихся монет — звуковой символ богатства и изобилия. В казино специально создается соответствующая обстановка: стоит попасть внутрь, и вы нигде не увидите ни часов, ни рекламы какого бы то ни было товара, который нельзя получить прямо на месте. Здесь, в этом изолированном мире, можно спать, есть, удовлетворять все потребности, и нет причин покидать его. Не допускаются никакие посторонние стимулы, ничто не мешает праймингу.

Компания Coca-Cola открыла для себя власть Санта-Клауса, особенно в праздничные дни. Выбирая между кокаколой и газированной водой любого другого производителя, вы бросаете на чашу весов воспоминания о счастливом детстве и свои представления о гармоничных семейных отношениях. Процесс совершается в подсознании. В супермаркетах давно заметили, что запах свежеиспеченного хлеба побуждает покупателей набирать больше продуктов. Имеют над человеком магическую силу эпитеты «натуральный», «естественный» и пасторальные изображения фермы, колосящегося поля — все они наводят на мысль о чистоте природы, и вы забываете о фабриках, где на самом деле производятся продукты, и о добавленных в них консервантах.

Кабельные каналы, крупные корпорации подготавливают аудиторию, внушая ей некий образ или бренд, и таким способом обезоруживают потребителя, лишая его способности трезво мыслить. Продюсеры тратят миллионы долларов на рекламные трейлеры и афиши, чтобы заранее заложить в души зрителей определенное предвкушение, и прежде чем по экрану пойдут первые титры, вы уже должным образом подготовлены к восприятию фильма. Убранства ресторанов внушают идею роскошной трапезы не хуже галлюциногенов в коммуне хиппи, — и все для того, чтобы сырные палочки казались вам вкуснее. За каждым углом современного мира вас поджидает, нацеливаясь на подсознание, реклама, задача которой — размягчить ваше сердце, залезть в ваш кошелек и пополнить счет очередной компании.

Корporации открыли для себя приемы прайминга раньше, чем этой проблемой занялась наука, но как только психология взялась исследовать человеческий разум, стали появляться все новые и новые доказательства автоматических реакций и действий. По сей день нет полной уверенности, в какой мере вы способны сознательно себя контролировать.

Вопрос, кто же на самом деле стоит у руля, еще более усложнился в 1996 году, когда в *Journal of Personality and Social Psychology* появился ряд статей Джона Барга. По его просьбе студенты Нью-Йоркского университета расшифровывали 30 фраз из пяти слов каждая. Барг сказал, что проверяет их лингвистические способности, хотя на самом деле его интересовал именно эффект прайминга. Студенты были разделены на три группы: одна расшифровывала предложения со словами, которые своим звучанием вызывали ассоциации с грубостью и агрессией, например *наглый, нарушать, резко*. Другая группа получила «вежливые» слова: *любезный, благовоспитанный*. Третья группа, контрольная, разбиралась с набором слов *радостно, готовиться, затруднительный*.

Студентам объяснили, что от них требуется, и просили по выполнении задания прийти в кабинет за второй частью. На самом деле в этом и заключался сам эксперимент. Заглянув в кабинет, испытуемый обнаруживал, что ведущий занят разговором с подставным участником, который делал вид, будто не в силах справиться со словесными играми. На протяжении десяти минут ведущий полностью игнорировал появление студента, пока последний не перебивал беседы.

Вас интересует результат? Группа, работавшая с «вежливыми» словами, ждала в среднем 9,3 минуты, контрольная группа ждала в среднем 8,7 минуты; а те, кому досталась агрессивная лексика, выдерживали в среднем 5,4 минуты. Более 80% «вежливой» группы ждали все десять минут, так и не вмешиваясь в чужой разговор, из группы «невежливых» предпочли не мешать всего лишь 35%. После эксперимента ребятам задавали вопросы, чтобы выяснить, почему они предпочли ждать или почему проявили нетерпение, однако нашупать разумную причину не удавалось. Самим им даже в голову не пришло, что могло бы повлиять на их поведение, — во всяком случае, меньше всего они подумали бы на фразы с перепутанными словами.

Во втором эксперименте Барг поручил участникам разбить фразы, тематически связанные со старостью, куда входили слова вроде *пенсионер*, *морщины*, *домино*. Барг замерил скорость, с какой студенты шли к нему в кабинет за вторым заданием, и сравнил ее со скоростью, с какой они покидали кабинет. Оказалось, что молодым людям понадобилось на одну-две секунды больше, чтобы вернуться из кабинета к лифту. Точно так же, как на их поведение повлияли грубые и вежливые слова, так и слова, относящиеся к старости, пробудили определенные ассоциации. Чтобы убедиться, какую действительно роль играл прайминг, Барг повторил эксперимент — результат тот же. В третий раз контрольная группа работала со словами, означающими печаль, — таким

образом Барг смог подтвердить, что снижение темпа не было вызвано простой усталостью и расстройством от выполнения задания. И снова медленнее возвращалась группа, чьи слова ассоциировались со старостью.

В другом исследовании Барга белые участники эксперимента заполняли в компьютере скучные анкеты. Перед началом каждого раздела на экранах появлялись на 13 миллисекунд фотографии или чернокожих, или белых людей, они мелькали так быстро, что сознание не успевало их воспринять. По завершении работы компьютер выдавал ошибку и требовал начать всю эту утомительную работу сначала. Те участники, которым предъявляли фотографии чернокожих, реагировали на сбой программы с большей досадой и даже злобой, чем те, кому показывали человека одной с ними расы. Никто из этих людей не назвал бы себя расистом, никто даже не замечал за собой склонности к негативным стереотипам, но в подсознании эти идеи присутствовали и побуждали их видеть себя иначе, нежели в обычной жизни.

Исследования эффекта прайминга показывают, что даже при глубинном анализе причин своего поведения вы упускаете множество и даже большинство стимулов, которые облепляют личность, как моллюски — днище корабля. Прайминг не сработает, если заранее к нему подготовиться, но вы не можете выставить часовых по всему периметру. Почти все мысли, чувства, поступки и надежды подталкиваются в ту или иную сторону праймингом, не улавливаемым вашим сознанием, — слова, краски, предметы, личности и прочие разнородные и случайные факторы, наполняющие смыслом либо ваш непосредственный опыт, либо ваши культурные установки. Прайминг может случаться непреднамеренно, но иногда он происходит по воле человека, пытающегося манипулировать вашим сознанием. Думается, вы тоже предпочитаете быть манипулятором, а не манипулируемым. Одеваясь соответствующим образом, вы влияете на потенциального

работодателя. Задавая определенное настроение на вече-ринке, вы воздействуете на эмоции гостей. Стоит вам осознать, какую роль в жизни играет прайминг, и вы постигнете мощь и жизнестойкость разных ритуалов, особенно обрядов инициации, общепринятых норм и идеологий. Системы, работающие на прайминг, сохраняются из поколения в поколение именно потому, что они работают. Попробуйтепустить в ход приветливую улыбку и слова благодарности — и вы уже повлияете на чувства других людей — скорее всего, к лучшему.

Учтите, что более всего мы открыты влияниям, когда движемся с помощью системы автоматического регулирования или когда оказываемся в незнакомой ситуации. Если вы заранее составите список покупок, вам не придется, стоя у кассы, удивляться, почему у вас полная корзина ненужных предметов и продуктов. Если вы не ограждаете личное пространство, впуская в него суэт и хаос, то это влияет на вас, способствуя все более пренебрежительному отношению к жизни. Надо жить так, чтобы получать позитивную подпитку, чтобы жизнь становилась лучше, а не выходила из-под контроля. Нельзя напрямую повлиять на самого себя, но в ваших силах создать обстановку, располагающую к нужному настрою. Подобно солидному портфелю или свежему запаху после уборки, какие-то приметы обстановки, где вы находитесь, наполнят смыслом ваше пространство. Или вы можете извлечь смысл из великой идеи довольствоваться малым, но в любую минуту это неожиданно обернется новым стимулом, влияющим на вашу жизнь.