

50 kognitivnih
pristrasnosti
za koje treba da znate

Na koricama:
Roden, *Mislilac*

50 kognitivnih
pristrasnosti
za koje treba da znate

Predrag Stojadinović



Predrag Stojadinović:
50 KOGNITIVNIH PRISTRASNOSTI
za koje treba da znate

Copyright © 2017, 2021 by Predrag Stojadinović
Copyright © 2021. za ovo izdanje, Heliks

Izdavač
Heliks

Za izdavača
Brankica Stojanović

Lektura
Vesna Đukić

Predgovor
Voja Antić

Štampa
Artprint Media, Novi Sad

Drugo izdanje

Tipografija
Adobe Text Pro i Fedra Sans Pro

ISBN: 978-86-6024-047-9

Smederevo, 2021.

www.heliks.rs
50logickihgresaka.com

*Miljani,
mojoj najvećoj pristrasnosti...*

Sadržaj

<i>Predgovor</i>xi
<i>Uvod</i>xiii
1. Usidravanje	2
2. Efekat potvrđivanja	4
3. Pareidolija	6
4. Forerov efekat	8
5. Hvatanje u kolo	10
6. Pripadnost plemenu	12
7. Iluzija spoljnog agenta.	14
8. Hipoteza o pravičnom svetu	16
9. Neosnovani optimizam	18
10. Prividna veza	20
11. Iluzija grupisanja	22
12. Iluzija istine	24
13. Daning–Krugetov efekat	26
14. Ćutanje je zlato	28
15. Prepoznatljiva žrtva	30

Sadržaj

16. Gugl efekat	32
17. Efekat oreola	34
18. Kontriranje	36
19. Negativna pristrasnost.	38
20. Pozitivna pristrasnost	40
21. Uravnotežavanje i izoštravanje	42
22. Predvidljivi sagovornik	44
23. Efekat reflektora	46
24. Nagovorljivost	48
25. Iluzija transparentnosti	50
26. Efekat Zejgarnik	52
27. Kaskada dostupnosti.	54
28. Kontraefekat	56
29. Subjektivno potvrđivanje	58
30. Pristrasnost prema statusu kvo.	60
31. Efekat „znao sam“	62
32. Empatijski jaz	64
33. Iluzija kontrole	66
34. Favorizovanje poznatog	68
35. Efekat lažnog slaganja	70

Sadržaj

36. Pravilo vrhunca	72
37. Podržavanje izbora	74
38. Efekat mamca	76
39. Efekat uokviravanja	78
40. Efekat zaborava	80
41. Iluzija učestalosti	82
42. Gori od proseka	84
43. IKEA efekat	86
44. Efekat dezinformacije	88
45. Efekat nejasnoće	90
46. Funkcionalno fiksiranje	92
47. Kriptomnezija	94
48. Efekat negativnosti.	96
49. Prokletstvo znanja	98
50. Pristrasnost prema verovanju	100
<i>Izvori</i>	103

Zahvalnica

Posebnu zahvalnost dugujem Voji Antoniću za veoma korisne savete, ispravke i odličan predgovor, Marku Ekmedžiću za nesebičnu pomoć u pripremi i planiranju, ali najviše Zorici Arsić Mandarić, Miljani Mandarić Stojadinović i Aleksandri Škundrić za detaljne ispravke i znatna poboljšanja. Zatim celoj ekipi iz izdavačke kuće Heliks, prvenstveno Bojanu Stojanoviću, Vesni Đukić i Aleksandri Dragosavljević, bez čije pomoći i podrške ova knjiga ne bi bila tako kvalitetna kao što jeste.

Autor

Predgovor

Jeste li se ikada zapitali zašto je tako rašireno verovanje u paranormalne pojave, u superiornost vlastite rase, pola ili nacije? Zašto svako za sebe misli da je nepravedno potcenjen, dok su svi drugi precenjeni? Zašto tako lako poverujemo da je ubijeni devičin sin odšetao na nebo, a sumnjamo da je nauka odvela čoveka na Mesec? Zašto navijači vole svoj tim ili vernici svog verskog vođu, a mrze sve druge?

Možda će neko pomisliti da su sve to bezopasne zablude, ali u njima leži koren ratova, nasilja i patnje u svim oblicima. Mnogo ljudi je ubijeno a još više unesrećeno, samo zbog grešaka u zaključivanju koje opisuje ova knjiga.

Niko od nas, bar kao pojedinac, ne može da reši probleme zbog svih pogrešnih odluka, donetih kao posledica kognitivnih pristrasnosti. Ali zato svako može da pruži doprinos, bar u granici svojih mogućnosti, ako se upozna s ovim, tako čestim, mehanizmom pravljenja grešaka. Verovatno će svako od nas u mnogim navedenim kognitivnim pristrasnostima lako prepoznati druge ljude, ali će mu trebati dosta snage i hrabrosti da ponegde prepozna i sebe. To je ipak vredno našeg truda, jer time pravimo dobar korak ka stvaranju mehanizma donošenja ispravnih odluka, što je važno za izgradnju sopstvene ličnosti.

Voja Antonić

Uvod

Kognitivna pristrasnost

Kognitivna pristrasnost je obrazac odstupanja u rasuđivanju, pri čemu se zaključci o drugim ljudima i situacijama izvode na nelogičan način. Ove pristrasnosti su nusprodukt ograničene racionalnosti, tačnije ograničenog kapaciteta za obradu informacija.

Ljudi stvaraju svoje subjektivne socijalne realnosti na osnovu lične percepcije i svih spoljnih informacija koje dobijaju. Individualna konstrukcija socijalne realnosti nije objektivna, ali ipak diktira način ponašanja u socijalnom okruženju. Tako, kognitivne pristrasnosti mogu ponekad da dovedu do opažajne distorzije, pogrešnog rasuđivanja, nelogičnih tumačenja ili, uopšteno, do iracionalnosti.

Pretpostavlja se da su neke kognitivne pristrasnosti prilagodljive i da mogu dovesti do efikasnijih akcija u određenom kontekstu. Osim toga, kognitivne pristrasnosti omogućuju brže donošenje odluka u situacijama kada je rok važniji od tačnosti, kao što se vidi u heuristici.¹

¹ Heuristika je tehnika rešavanja problema, učenja i otkrivanja baziranih na iskustvu. Heuristički metodi se koriste da ubrzaju proces pronalaženja dovoljno dobrog rešenja u situacijama kada sprovođenje detaljnog istraživanja nije praktično. (<http://sr.wikipedia.org/wiki/Heuristika>)

Amos Tverski² i Danijel Kaneman³ su 1972. godine (*Kahneman, Tversky, 1972*) predstavili pojam „kognitivne pristrasnosti“ i njihov spisak kontinuirano raste već više od četrdeset godina naučnog istraživanja ljudskog rasuđivanja i odlučivanja. Ta izučavanja nam pomažu da razumemo psihološke procese koji čine osnovu za ljudsku percepciju i rasuđivanje.

Kognitivne pristrasnosti i logičke greške

Kognitivna pristrasnost je vrsta greške u razmišljanju, koja nastaje tokom obrade i tumačenja podataka o spoljnom svetu. Često je proizvod našeg pokušaja da pojednostavimo ili ubrzamo obradu tih podataka.

Kognitivne pristrasnosti mogu imati različite uzroke. Heuristika ili mentalne prečice, društveni pritisak, motivacije, emocije, ali i ograničena sposobnost za obradu informacija, mogu doprineti stvaranju kognitivnih pristrasnosti koje nas sapliću i dovode do loših odluka.

Međutim, nisu sve pristrasnosti negativne. Psiholozi smatraju da su mnoge pozitivne jer ponekad imaju svoju svrhu, a to je da se brže i lakše prilagodimo, tj. da brzo donesemo životno važnu odluku u veoma opasnim situacijama.

Kognitivne pristrasnosti se često mešaju s logičkim greškama. Logička greška proizlazi iz greške u logičkom argumentu, dok je kognitivna pristrasnost

² Amos Tversky: https://en.wikipedia.org/wiki/Amos_Tversky

³ Daniel Kahneman: https://en.wikipedia.org/wiki/Daniel_Kahneman

ukorenjena u misaonom procesu i nastaje zbog problema s memorijom ili pažnjom, kao i zbog drugih mentalnih grešaka.

Neke kognitivne pristrasnosti su direktan uzrok nekim logičkim greškama. Na primer, pristrasnost **apofenija** uzrokuje logičku grešku **teksaški revolveraš**, pristrasnost **efekat oreola** uzrokuje logičku grešku **argument protiv čoveka** i tako dalje.

Praktični značaj kognitivnih pristrasnosti

Sposobnost pojedinca da donosi racionalne odluke temelj je mnogih društvenih institucija koje se upravo oslanjaju na pretpostavku da će se svi ponašati kao savršeno racionalne osobe. A ljudi, zapravo, stalno imaju unutrašnje sukobe, s kognitivnim ograničenjima i preprekama, što njihovo ponašanje čini iracionalnim.

Na primer, pri poštenom suđenju porotnici moraju ignorisati nevažne karakteristike slučaja a relevantne karakteristike moraju vagati na odgovarajući način; treba da otvorenog uma uzmu u obzir sve mogućnosti i da se odupru zabludama kao što je, recimo, pozivanje na emocije. Različite pristrasnosti zabeležene u psihološkim eksperimentima iz stvarnog života pokazuju da porotnici često podbacuju u ovim kriterijumima i to veoma sistematično, usmereno i predvidljivo.

Kognitivne pristrasnosti su u osnovi samo težnja da steknemo i obradimo informacije tako što ih filtriramo kroz lična iskustva i sklonosti, i to nam je svima svojstveno.

Stoga su kognitivne pristrasnosti usko povezane sa sujeverjem i ispraznim verovanjima za koja nema validnih dokaza. Povezane su i s velikim socijalnim problemima kao što su neosnovane predrasude, a u široj javnosti funkcionišu kao ozbiljna prepreka u prihvatanju kontraintuitivnih, naučnih, saznanja.

Zašto treba da poznajemo kognitivne pristrasnosti

Iako su se kognitivne pristrasnosti prirodno razvijale zato što su bile veoma korisne za ljudsko iskustvo, danas je situacija potpuno obrnuta.

Tehnologija i naučna dostignuća prebrzo menjaju kvalitet i način života u odnosu na evoluciju našeg mozga. Zvuči paradoksalno, ali razvoj našeg mozga kasni za razvojem koji vodi upravo mozak.

Zato kognitivne pristrasnosti predstavljaju veliki savremeni problem. Uzrokuju prepirke, neslaganja, svađe, pa čak i veće sukobe i ratove. Sprečavaju nas da realno i objektivno sagledavamo probleme sveta u kome živimo, pa i sam taj svet. Navode nas na izmišljanje besmislica u koje ćemo verovati i izazivaju nepotrebne sukobe i razdore, individualne i društvene.

Upoznajući se s kognitivnim pristrasnostima, dajemo sebi priliku da prepoznamo njihovu negativnu konotaciju i, u situacijama kada se to može, donesemo logičnu, validnu odluku, samim tim i ispravnu – najbolju i najkorisniju za sve.

Naravno, to nije uvek moguće. Ali, s vremenom, vežbamo i postajemo sposobni da u svakom trenutku sprečimo sopstveni mozak da nas saplete i uvede u nevolju.

Voženje bicikla

Sigurno znate izreku „kao voženje bicikla“, što znači da je nešto ne samo lako, već kad se jednom nauči, više se ne zaboravlja. Destin iz Alabame nam je u svom mini-eksperimentu pokazao da to nije baš uvek tačno.

Destin je, kao šaljiv poklon, dobio bicikl s volanom okrenutim obrnuto: kada hoće da skrene levo, bicikl ide desno i obrnuto. Pomislio je, što bi i svi, moći će odmah da ga vozi bez problema. Međutim, ne samo on, već niko ko je seo da ga proba, širom sveta, nije uspeo da ga vozi. Svi su padali.

Ono što je najinteresantnije, kada je Destin napokon naučio da vozi poklonjen bicikl i neko vreme ga vozio, zaboravio je da vozi normalan bicikl. Pri prvom pokušaju, padao je kao kad je probao da vozi bicikl s kontravolanom.

Celu priču, na engleskom jeziku, možete pogledati na Destinovom YouTube kanalu Smarter Every Day.⁴

**„Veoma pažljivo tumačite svet oko sebe
jer ga posmatrate kroz pristrasnosti, bili vi toga svesni ili ne.“⁵**

⁴ Smarter Every Day: <http://youtu.be/MFzDaBzBIL0>

⁵ Destin Wilson Sandlin: http://en.wikipedia.org/wiki/Destin_Sandlin

50 kognitivnih
pristrasnosti
za koje treba da znate

Usidravanje

Fiksiranje na samo jedan deo

Usidravanje predstavlja čestu ljudsku sklonost da se prilikom donošenja odluka previše oslanjaju (usidre) na poseban deo informacija koje su im na raspolaganju, umesto da celokupnu sliku sagledaju ravnomerno. Drugim rečima, jednom aspektu problema se neopravdano pridaje preveliki ili čak apsolutni značaj, što direktno utiče na dalje razmišljanje i izvođenje zaključaka o konkretnom problemu.

Prilikom donošenja odluka ljudi se često usidre, previše oslone na konkretnu informaciju ili vrednost, pa na to na šta su se usredsredili dodaju ostale elemente određene situacije. Međutim, kad se sidro postavi, tj. kad se jedan aspekt cele slike izdvoji kao poseban, javlja se pristrasnost prema tom izdvojenom aspektu. Nakon što se ovo dogodi, nastaje težnja da se sve ostalo tumači tako da podržava izabrani aspekt.

Ima više teorija koje pokušavaju da objasne uzroke usidravanja. Za sada ne postoji konsenzus koje objašnjenje je najbolje. U jednom istraživanju, autori su napisali da je taj fenomen jednostavno pokazati ali veoma teško objasniti. Više istraživača tvrdi da je u pitanju nekoliko različitih uzroka istovremeno.

Usidravanje je poznat fenomen i namerno se koristi u marketingu. Najčešći primer je postavljanje nerealne cene, a zatim i oznake rasprodaje, s mnogo nižom cenom. Iako je navodna originalna cena preterana, mozak se usidri na nju, tako da svaka niža cena izgleda prihvatljivo, a proizvod jeftino.

Primeri

Kupac polovnog automobila se može previše fokusirati na odnos kilometraže i starosti automobila i tako se potpuno osloniti samo na taj kriterijum za procenu njegove vrednosti, umesto da uzme u obzir sve relevantne podatke kao što su: održavanje vozila, kvalitet motora, menjača, kočnica, limarije i drugih važnih delova.

Dokazano je da postavljanje cene celog pakovanja povećava prodaju po jednom artiklu. Na primer, roba označena s: „Rasprodaja: pakovanje od 4 rolne za 200 din.“ mnogo bolje će se prodavati nego roba koja nosi oznaku: „Rasprodaja: 1 rolna za 50 din.“ Iako je cena ista, navođenje cene celog pakovanja, po pravilu, povećava prodaju za oko 40%.

U pregovorima za platu, strana koja prva iznese ponudu uspostavlja prihvatljivi raspon za obe strane. Svaka sledeća ponuda će biti reakcija na tu prvu, usidrenu, ponudu.

Efekat potvrđivanja

Selektivno pamćenje

Efekat potvrđivanja je težnja da tražimo, tumačimo ili se prisećamo podataka i događaja na način koji potvrđuje naša verovanja ili stavove.

Ova vrsta kognitivne pristrasnosti je sistematska greška induktivnog rasuđivanja. Ispoljava se kada se selektivno skupljaju ili pamte podaci, pristrasno tumače ili se dvosmisleni i nejasni podaci tumače kao sigurna podrška postojećoj poziciji.

Pristrasno pretraživanje, skupljanje, tumačenje i pamćenje podataka, jednim imenom se naziva **efekat potvrđivanja**. Na osnovu njega objašnjavamo i bolje razumemo nekoliko kognitivnih fenomena i problema, kao što su:

Polarizacija stanovišta – *nastaje kad neslaganje postaje sve veće nakon što su obe strane saslušale identične podatke i dokaze.*

Istrajnost u verovanju – *javlja se kad verovanja istraju čak i kad se dokaže da su lažna i potpuno pogrešna.*

Efekat iracionalnog prvenstva – *do njega dolazi kad se ljudi više uzdaju u podatke koje su prikupili ranije nego u nove podatke.*

Iluzorna korelacija – *stanje kad ljudi pogrešno opažaju povezanost između dva događaja ili situacije.*

Efekat potvrđivanja je mnogo jači kod emocionalno nabijenih pitanja i kod duboko ukorenjenih uverenja i verovanja.

Seriya eksperimenata iz šezdesetih godina 20. veka, pokazuje da su ljudi mahom pristrasni prema potvrđivanju svojih uverenja. Jedno od objašnjenja za ovu pristrasnost jeste činjenica da ljudi generalno imaju ograničen kapacitet za obradu podataka. Drugo objašnjenje glasi da ljudi teže vaganju posledica mogućeg pravljenja greške umesto da objektivno analiziraju aktuelni problem.

Efekat potvrđivanja doprinosi preteranom samopouzdanju i pomaže održavanju i jačanju pogrešnih uverenja i verovanja uprkos suprotnim dokazima. Loše odluke uzrokovane ovom pristrasnošću mogu se pronaći u politici kao i u mnogim drugim aspektima javnog i privatnog života.

Mortonov demon je naziv za imaginarnog demona koji stoji na ulazu u um i reguliše protok podataka, tako da ulaze samo podaci koji podržavaju stavove, verovanja i pogled na svet dotične osobe.

Primer

Marija je ubeđena da loše spava zbog punog meseca. Zbog toga posvećuje pažnju samo noćima punog meseca kad loše spava, a potpuno ignoriše sve ostale noći kada loše spava a mesec nije pun.

Pareidolija

Prepoznavanje šablona koji ne postoje

Pareidolija je naziv za sklonost da se nejasni i nasumični šabloni, bilo vizuelni ili zvučni, prepoznaju kao jasni i izraziti. Uobičajen je primer prepoznavanja životinja ili lica u oblacima. Popularni primeri su prepoznavanje ljudskog lika ili zeca na površini Meseca, prepoznavanje raznih simbola na preseku stabla drveta ili parčetu tosta, kao i prepoznavanje skrivenih poruka u muzičkim numerama koje se mogu čuti samo kada se snimak pusti unazad.

Reč **pareidolija** potiče od grčke reči παρά (para), što znači pored, uz, umesto, a u ovom kontekstu označava nešto neispravno ili pogrešno, i reči εἶδωλον (eidolon), što znači slika, forma, oblik.

Pareidolija je posebna vrsta šireg psihološkog fenomena pod nazivom **apofenija**. Ovaj fenomen predstavlja generalnu težnju ljudi da pronalaze šablone tamo gde ih u suštini uopšte nema, u potpuno proizvoljnim, nasumičnim i slučajnim podacima.

Apofenija je uzrok logičke greške **teksaški revolveraš**. Ova logička greška nastaje kada se zanemaruju velike količine podataka i usredsređuje se na veoma malu podgrupu podataka, a oni podržavaju specifični argument ili hipotezu koja se brani.

Pareidolija je glavni uzrok prepoznavanja imaginarnih znakova i signala koje ljudi pogrešno tumače kao poruke koje su baš njima uputili bogovi, duhovi ili univerzum.

Proricanje sudbine, tumačenje snova ili gledanje u šolju takođe su primeri opasnih obmana i samoobmana zasnovanih upravo na **pareidoliji**.

Pretpostavlja se da **pareidolija** ima važne evolucione prednosti. Karl Segan⁶ je postavio hipotezu da je prepoznavanje ljudskog lika usađeno u nas kao jedna od važnih tehnika preživljavanja. Sposobnost da se u deliću sekunde proceni da li je u pitanju prijatelj ili neprijatelj, može biti životno važna, jer pogrešna identifikacija može imati smrtne posledice.

Primeri

Na eBay je 2004. godine prodat za 28.000 dolara 10 godina star tost s navodnim likom Device Marije. Veoma skupa **pareidolija**.

Desetak vernika je ugledalo lik Vasilija Ostroškog iznad manastira Ostrog 2013. godine. Po rečima očevidaca „sve je delovalo kao da je u izmaglici“, što je možda i najbolji opis efekta zvanog **pareidolija**.

⁶ Karl Segan (Carl Sagan): http://sr.wikipedia.org/wiki/Karl_Sejgan

Forerov efekat

Prepoznavanje sebe u bezličnom opisu

Forerov efekat⁷, koji se naziva i **Barnamov efekat**⁸, označava sklonost ljudi da opise koji su generalizovani i koji se objektivno mogu odnositi na skoro bilo koga, ocene kao precizne opise upravo njih samih.

Psiholog Bertram Forer je utvrdio da su ljudi skloni da prihvate nejasne i opšte opise ličnosti kao da se odnose samo na njih, ne shvatajući da su zapravo opšte primenljivi.

Forer je 1948. godine izveo eksperiment sa svojim studentima, pri čemu je svakom studentu dao da uradi test ličnosti, zatim je ignorisao njihove odgovore i svima dao istu procenu ličnosti. Svaki student je tada ocenio tačnost dobijene procene, a prosečna ocena tačnosti je iznosila 4,26 od maksimalnih 5. Ovaj test je u psihologiji ponovljen nekoliko stotina puta i prosečna ocena je i dalje oko 4,2 od 5, što je procena tačnosti od oko 84%. Studenti su mahom bili zadivljeni tačnošću Forerovih procena njihove ličnosti, iako je procena koju je Forer dao svakom studentu izvučena iz proizvoljnog astrološkog opisa jednog horoskopskog znaka.

⁷ Bertram Forer (Bertram R. Forer): http://en.wikipedia.org/wiki/Bertram_Forer

⁸ Fineas Tejlor Barnam (Phineas Taylor Barnum): http://en.wikipedia.org/wiki/P._T._Barnum

Forerov efekat je objašnjenje za činjenicu da veliki broj ljudi misli da pseudo-nauka deluje. Astrologija, astroterapija, bioritam, čitanje sudbine iz karata, hiro-mantija, proricanje sudbine, grafologija, gledanje u šolju, religija, čitanje aure i tako dalje, sve te obmane izgledaju kao da deluju upravo zbog toga što prave preopšte analize u kojima se svi mogu na neki način prepoznati.

Forerov efekat u osnovi funkcioniše sasvim jednostavno. Ljudi u opisima ličnosti prepoznaju one delove koji se odnose na njih i usredsređuju se samo na te delove, ignorišući ostatak opisa kao da i ne postoji. Forerov efekat je u bliskoj vezi s nekoliko kognitivnih pristrasnosti kao što su **subjektivno potvrđivanje**, **prividna veza**, **pozitivna pristrasnost** i druge.

Primeri

Imate potrebu da vam se drugi ljudi dive.

Ponekad umete da budete kritični prema sebi.

Imate neiskorišćenog kapaciteta koji još niste okrenuli u svoju korist.

Iako imate neke karakterne slabosti, ipak uspevate da ih nadomestite.

Ponekad sumnjate da ste doneli pravu odluku ili uradili pravu stvar.

Neke od vaših želja su prilično nerealne.

Nekad ste ekstrovertni i druželjubivi a nekada introvertni i oprezni.

Vaš horoskop za danas: Pazite da ne propustite priliku da uradite neke stvari ali takođe pazite da vam se ne dogode neke stvari.

Hvatanje u kolo

Kud svi, tud i mali Mujo

Hvatanje u kolo naziv je za fenomen prihvatanja verovanja, ideja, trendova i stavova koje su već drugi prihvatili. Verovatnoća da će pojedinac prihvatiti novi stav ili verovanje, direktno je proporcionalna broju ljudi koji su ga već prihvatili. Što je taj broj veći, veća je i verovatnoća da će se i pojedinac *uhvatiti u kolo*, bez obzira na to da li su mu ponuđeni i dokazi. **Hvatanje u kolo** se odnosi na osobinu ljudi da mnoge stvari rade samo zato što ih rade i drugi, nezavisno od sopstvenih suprotnih uverenja koje tada uspešno ignorišu.

Popularnost neke osobe ili objekta utiče na to kako ga ljudi vide ili doživljavaju. Na primer, kada određeni proizvod postane popularan, sve više i više ljudi se *hvata u kolo* kupujući taj proizvod. **Hvatanje u kolo** objašnjava nastanak i održavanje modnih trendova.

Težnja ljudi da se priklanjaju delu ili verovanju drugih može nastati zbog želje da se uklope ili zbog toga što podatke upravo dobijaju od drugih ljudi. Kada pojedinci donose odluke na osnovu podataka koje su dobili od drugih, ignorišu lične informacione signale i imitiraju ponašanje onih od kojih su ti podaci došli.

Hvatanje u kolo nastaje prilikom glasanja, na primer, kada se glasa za kandidate ili stranke s najvećom verovatnoćom za uspeh ili na osnovu medijske procene pobjednika.

Istraživanja pokazuju da su ljudi koji nemaju omiljenu političku partiju, pa samim tim ni omiljenog kandidata, pod jakim uticajem objavljenih rezultata istraživanja javnog mnjenja. Oni glasaju za najpopularnijeg kandidata, čak i ako su već doneli odluku da glasaju za nekog drugog. Dodatna istraživanja su pokazala da **hvatanje u kolo** uvek nadjača fenomen podržavanja gubitnika iz sažaljenja.

U mikroekonomiji, **hvatanje u kolo** ilustruje odnos između potražnje robe i sklonosti kupaca: sklonost ljudi prema nekoj robi povećava se u skladu s povećanjem broja ljudi koji tu robu kupuju. Ovakav odnos potencijalno remeti teoriju ponude i potražnje, po kojoj se pretpostavlja da potrošači donose odluku o kupovini isključivo na osnovu cene i sopstvene sklonosti.

Primer

Kada je iPhone 8 postao veoma popularan, Milan ga je ipak kupio, iako je u ozbiljnim dugovima a već ima iPhone 7, manje od godinu dana star, koji savršeno radi.

Pripadnost plemenu

Favorizovanje članova sopstvene grupe bez osnova

Pripadnost plemenu je naziv za sklonost ljudi da favorizuju članove grupe kojoj pripadaju, u odnosu na sve druge koji joj ne pripadaju. Ovo favorizovanje se može manifestovati u obliku pogrešne procene karaktera, nepoštene raspodele sredstava i slično. **Pripadnost plemenu** je osnova izrazitog desničarskog nacionalizma i religijskog fanatizma.

Postoje dva teorijska objašnjenja fenomena **pripadnosti plemenu**: teorija realističnog konflikta i teorija socijalnog identiteta.

Po teoriji realističnog konflikta kaže se da konflikt dve grupe, nastao kada obe grupe potražuju oskudne resurse, uslovljava privrženost svojoj grupi i njenim članovima, a nepoverljivost prema članovima suparničke, neprijateljske grupe.

Nasuprot tome, u teoriji socijalnog identiteta kao generalni uzrok **pripadnosti plemenu** postavlja se psihološki nagon ka izrazito pozitivnom socijalnom identitetu. Ovo je najizraženije kod najpopularnijih i najuspešnijih članova grupe, npr. kod sportista, gde je preterano uživanje u njihovim uspesima način da se poveća lično samopoštovanje. Izraženo je i u ideologijama kao što su nacionalnost i religija.

Socijalni psiholozi već dugo znaju za pristrasnost prema sopstvenoj grupi i netrpeljivost prema drugim grupama. U značajnom broju istraživanja pokušao

se definisati odnos između ova dva različita fenomena, kao i uslovi koji dovode do netrpeljivosti prema drugima.

Možda je najinteresantniji aspekt **pripadnosti plemenu** brzina i lakoća njegove aktivacije. Ovo je zabeleženo u seriji eksperimenata od 1970. do 1981. godine, koju je obavio Henri Tajfel u Bristolu u Engleskoj. Tajfel i njegove kolege su izmislili proceduru minimalnog grupisanja, eksperimentalnu tehniku gde se ljudi koji se nikada ranije nisu sreli dele u grupe na osnovu minimalnog broja informacija, na primer, prema ukusu u umetnosti ili čak samo prema bacanju novčića. Tajfel je otkrio da i ljudi podeljeni po najbanalnijim kriterijumima već za nekoliko minuta počinju da ispoljavaju pristrasnost prema svojoj grupi koju vide kao superiorniju od svih ostalih.

Primeri

Jedno istraživanje je pokazalo da će ljudi radije saradivati sa osobom koja je rođena na isti dan. (Miller, Downs i Prentice, 1998)

Žene se češće udaju za muškarce čije prezime počinje istim slovom kao njihovo devojačko prezime. (Pelham, Jones, Mirenberg i Carvallo, 2002)