



האם הנבואה ניתנה לפסיכולוגים

מהקבוצה הראשונה קראו את המילה מהר יותר! כן, מי שבעתיד ייחשפו למילה "כתר" קראו בהווה את המילה "זהב" מהר יותר. האם הנבדקים אכן הצליחו לחוש את העתיד להיות מוקד?

עולם המחקר בתחום הפסיכולוגיה היה כמרקחה, כמות החזרות וניסויי הבקרה שבם דיווח עליהם היתה רבה מהמקובל, וכאמור אף אחד לא חושד ברמייה מרעית מצד החוקר הנודע. הנטייה הראשונית היתה לחשוך שיש כאן גרסה מודרנית של "הנס החכם". הנס היה סוס, שלפי עדות בעליו ידע לחשב סכום של זוג מספרים שהוצגו לו (עד עשר), ולרווח על התוצאה באמצעות רקיעות רגליים. הנס כמעט שלא טעה, וטובי החוקרים שהתכנסו באורווה נאלצו להודות שיש כאן משהו מופלא. לאחר שכמעט אמרו נואש, הבחין אחד החוקרים כי הנס היה טועה בתשובותיו כשלא היה לו קשר עין עם בעליו. אז התברר שהסוס ניתן ברגישות גבוהה לשפת הגוף של בעליו, והוא פשוט חש מתי הוא צריך להפסיק את רקיעותיו לפי הבעת שביעות הרצון של בעליו. הבעלים לא ניסה לרמות. הוא לא היה מודע לתכונתו (שגם היא די מופלאה יש להודות, במיוחד לטוס) של הנס הרגיש.

במקום לחפש את אפקט הנס החכם במעבדתו של בם, ניסו חוקרים רבים לחזור על הניסויים במעבדות אחרות. בם שיתף פעולה ברצון ומסר את כל המידע, כולל את תוכנות הניסוי, אך הניסיונות לשחזר את הניסוי כשלו. בם היה היחיד שהצליח לשחזר את תוצאות הניסויים שערך, אך גם הוא עצמו דיווח כי התופעה רגישה מאוד ועדינה, ושהאפקט שלה קטן מניסוי לניסוי. הסערה החלה שוככת. אנשי השיווק בתחום ההתנהגותי עקבו בעניין אחר הסערה הזו. מדעית, אם התופעה נכונה היא קוראת תיגר על האקסיומות המקובלות ביחס לחלוף הזמן והסיבתיות הזורמת רק לכיוון העתיד. פרקטית, יכולת לחוש את העתיד עשויה להשפיע על קבלת החלטות צרכניות, למשל בעת רכישת מכונית או דירה. האם אנו צריכים להיות מוטרדים? נראה שלא. ספק אם התופעה אמיתית, וגם אם כן, מדובר בתופעה רגישה ועדינה המתקיימת רק בתנאי מעבדה מאוד מבוקרים ובגירויים מאוד מבודדים (הקרנה של מילים על מסך מחשב ללא שום הפרעה ויזואלית או קולית). בתנאות, או אפילו בסלון בבית, יש גירויים רבים וסביר להניח שתופעה כה עדינה (גם אם היא אמיתית) נמחקת. האם אנו צריכים לפקוח עין? ודאי שכן. המציאות שלנו מורכבת, מוחו של הצרכן מורכב, ואל נופתע אם נגלה שקבלת החלטות שלנו מושפעת גם מתופעות כה לא צפויות. ■

הכותב הוא פרופסור לשיווק

חיזוי הוא עניין מסובך מאוד, במיוחד בכל הנוגע לעתיד, אמר פעם הפיזיקאי הגדול נילס בוהר, ובכל זאת יש רבים שעדיין מנסים. למשל, יש פיזיקאים שמנסים לברוק, תיאורטית ואמפירית, אם ייתכן שהזמן יכול לנוע לאחור ולגרום לכך שאירועים מהעתיד ישפיעו על ההווה. בעודם מסעירים את הרמיון ומושכים חצי ביקרות חרים במיוחד מעמיתיהם, הוטלה פצצה אקרמית בעולם הפסיכולוגיה. חוקר ותיק וידוע בשם דריל בם פרסם לפני כשנה מאמר ב־Journal of Personality and Social Psychology (כתב העת הרציני והידוע בקיצור כ־JPS), שבו הוא מדווח על סדרת ניסויים שערך ובהם נבדקים הצליחו לנבא ("לחוש", כלשון החוקר) אירועים העומדים להתרחש בעתיד הקרוב. אקרים ואומר שהמדע נרתע מלעסוק בחקר תופעות פאראפסיכולוגיות ומיסטיות, אך הפעם מדובר בחוקר בעל מוניטין הפועל

החוקר דריל בם פרסם מאמר בכתב עת נחשב על סדרת ניסויים שערך ובהם נבדקים הצליחו לנבא אירועים העומדים להתרחש בעתיד הקרוב

באוניברסיטה מובילה (קורנל), ואין עוררין על אמינותו. במאמר מוצגת סדרת ניסויים וחזרות עליהם, שבהם השתתפו מאות נבדקים. אחת התופעות שבהן עשה בם שימוש היא תופעת ה־priming. נניח שאציג לאחד הקוראים את המילה "כתר" ולקורא שני את המילה "עז". אחר כך אציג לשניהם את המילה "זהב". הקורא הראשון יקרא ויבין מהר יותר את המילה "זהב" מהקורא השני. הסיבה היא שהרבה כתרים עשויים מזהב, ולכן זהב וכתר נמצאים קרוב יותר במרחב האסוציאטיבי של כולנו. שליפה של המילה השנייה מהירה יותר אם קודם לשליפתה היה שלב כלשהו של הכנה. התופעה הזו מתועדת היטב ויש לה פנים רבות: למשל, קונה שנחשף להצעה ראשונה בעסקת רכישה רגיש יותר אליה ונוטה יותר לקבל אותה מאשר את ההצעה השנייה. התופעה כה חזקה, עד שבמחקר בפסיכולוגיה מרבים להשתמש בה כדי למודר תופעות מורכבות יותר. הניסויים של בם מציגים שינוי קטן – הוא הפך את סדר המילים המקובל. הוא הקריין לשתי קבוצות של נבדקים את המילה "זהב". אחר כך, הוא הקריין את המילה "כתר" לקבוצה אחת ואת המילה "עז" לקבוצה שנייה. הוא מדרד את זמני התגובה לקריאת המילה "זהב" (שהוקרנה ראשונה). התוצאה המדהימה שקיבל היא שהנבדקים