

## Η απειλή της παράλογης εκλογίκευσης

*Abstract: Μετά από δύσκολες αποφάσεις υποσυνείδητα υποτιμούμε το πόσο δύσκολες ήταν. Την Κυριακή πρέπει να αποφύγουμε αυτή την πλάνη.*

Στις σοβαρές, μεγάλου σχήματος, αγγλικές εφημερίδες, ιδίως του Σαββατοκύριακου, δημοσιεύονται ολοσέλιδες διαφημίσεις πολυτελών αυτοκινήτων που συχνά περιέχουν αρκετό κείμενο (έως και 300 λέξεων). Πριν μερικά χρόνια, ερευνητές προσπάθησαν να απαντήσουν το εξής ερώτημα: *Ποιοί ήταν οι αναγνώστες που αποφασίζουν να διαβάσουν αυτά τα κατεβατά και γιατί το κάνουν;* Η απάντηση που προέκυψε από την έρευνα ήταν ενδιαφέρουσα: Αντίθετα με την αρχική υπόθεση ότι τις διαφημίσεις αυτές τις διαβάζουν είτε αναγνώστες που γενικά έχουν μανία με τα αυτοκίνητα είτε όσοι σκέφτονται να αγοράσουν αυτοκίνητο της συγκεκριμένης κατηγορίας (και, συνεπώς, μαζεύουν πληροφορίες και υλικό που θα καθοδηγήσει την επιλογή τους), οι ερευνητές βρήκαν ότι το 90% των αναγνωστών που διάβασαν *κάθε λέξη* αυτών των διαφημιστικών κειμένων ήταν άτομα που πρόσφατα είχαν αγοράσει το συγκεκριμένο μοντέλο! Με άλλα λόγια, έψαχναν λόγους να επικροτήσουν την ήδη ειλημμένη απόφασή τους.

Πρόκειται για κάτι που κάνουμε συχνά: Κατόπιν εορτής, αφού έχουμε επιλέξει μεταξύ συγκεκριμένων εναλλακτικών, ψάχνουμε να βρούμε αδιάσιστα επιχειρήματα που να μας κάνουν να νιώσουμε καλύτερα για την επιλογή μας. Βρίσκουμε επιχειρήματα *ex post* για να πούμε στον εαυτό μας: «Ορθώς επέλεξες!» Κι όσο πιο δύσκολη ήταν η επιλογή μας, επειδή καμία από τις εναλλακτικές που είχαμε δεν ξεχώριζε ιδιαίτερα ως η βέλτιστη, τόσο πιο έντονα προσπαθούμε (αφού έχουμε επιλέξει) να πείσουμε τον εαυτό μας ότι η τελική μας επιλογή ήταν σαφώς ανώτερη σε σχέση με τις εναλλακτικές. Με απλά λόγια, τείνουμε να εγκλωβιστούμε μετά την επιλογή μας στην πλάνη ότι η επιλογή μας ήταν σχεδόν προφανής – ότι η εναλλακτική που προκρίναμε ήταν κατά πολύ ανώτερη. Και για να το πετύχουμε αυτό, στρέφουμε το βλέμμα και τα αυτιά μας αποκλειστικά σε ενδείξεις (που συχνά παρουσιάζουμε στον εαυτό μας ως αποδείξεις) που συνηγορούν με την επιλογή μας, ενώ παράλληλα αγνοούμε όλες τις ενδείξεις που τάσσονται υπέρ εναλλακτικών που τελικά δεν επιλέξαμε.

Αυτή η ψυχολογική διαδικασία αυτο-επιβεβαίωσης και αυτο-νομιμοποίησης *μετά από μια δύσκολη επιλογή* είναι άκακη όταν αφορά αγορές αυτοκινήτων, επιλογή τόπου διακοπών, κάποια στρατηγική κίνηση όταν παίζουμε σκάκι. Στις μεγάλες προσωπικές μας αποφάσεις, που μπορεί να αλλάξουν την ζωή μας (π.χ. να μείνουμε με τον σύντροφό μας, να κάνουμε παιδί κ.ο.κ.), αυτή η μετά-την-επιλογή υποσυνείδητη αναθεώρηση των σχετικών πλεονεκτημάτων των εναλλακτικών μας μπορεί μάλιστα να είναι απαραίτητη: να βοηθά στο να αποφύγουμε μια ζωή συνεχούς αυτο-αμφισβήτησης, υπαρξιακής αγωνίας, δημιουργίας ανασφάλειας στους γύρω μας. Όταν όμως αυτή η ψυχολογική διαδικασία αφορά πολιτικά διλήμματα σαν αυτό που πολλοί από εμάς αντιμετωπίζουμε την Κυριακή που

έρχεται, ελοχεύει κίνδυνος διχόνοιας. Μια απειλή που προέρχεται εκ των ένδων την οποία έχουμε υποχρέωση, η κάθε μία ο καθ' ένας μας, να ακυρώσει.

Ποτέ ίσως στην σύγχρονη ιστορία μας, από το 1920 τουλάχιστον, μια εκλογική αναμέτρηση δεν έφερε τόσους συμπολίτες μας προ ενός αμείλικτου διλήμματος: Ψηφίζουμε κόμμα το οποίο υπόσχεται να προωθήσει το εθνικό συμφέρον πειθαρχώντας με τις βουλές της τρόικα; Ή ένα κόμμα το οποίο κι αυτό υπόσχεται να εξυπηρετήσει το εθνικό συμφέρον μέσω της απειθαρχίας προς την τρόικα; Για πολλούς, η απόφαση είναι ξεκάθαρη. Για ακόμα όμως περισσότερους, η επιλογή είναι δύσκολη. Την μία στιγμή κλίνουν προς την μία άποψη, την αμέσως επόμενη κλίνουν προς την ακριβώς αντίθετη. Είναι κατανοητό: Στον καιρό της γενικευμένης ανασφάλειας, με το ρίσκο και των δύο στρατηγικών να είναι τεράστιο, ο σοφός πολίτης είναι λογικό να μελετά και τα δύο επιχειρήματα και να αμφιταλαντεύεται. Βέβαια, μέσα στο εκλογικό κέντρο, μπροστά στην κάλπη, δεν έχει επιλογή παρά να... επιλέξει. Ακόμα και λευκό να ρίξει, θα έχει κάνει μια πολύ δύσκολη επιλογή σε μια ιστορική στιγμή για την χώρα.

Η αγωνία μου είναι η εξής: Δεδομένου ότι η χώρα μπαίνει, όποιος και να κερδίσει, σε μια νέα φάση μιας δυστοπικής περιπέτειας, πρέπει όλοι μας να αποφύγουμε όσο πιο αποτελεσματικά γίνεται την ψυχολογική διαδικασία που περιέγραφα πιο πάνω. Αν, όπως στο παράδειγμα με τις διαφημίσεις αυτοκινήτων, βγούμε από τις κάλπες, μετά από μια δύσκολη απόφαση, ψάχνοντας για λόγους και «αποδείξεις» που να «νομιμοποιούν», να επιβεβαιώνουν το «ορθόν» της επιλογής μας, το αποτέλεσμα θα είναι καταστροφικό, διχαστικό, αποπροσανατολιστικό. Αντί να συγκλίνουμε προς μια κοινή στάση απέναντι στην τρόικα και στην Κρίση, όπως απαιτεί το συλλογικό μας συμφέρον, αντί να επενδύσουμε στο γεγονός ότι η επιλογή της εθνικής μας στρατηγικής ήταν μια πολύ δύσκολη υπόθεση, με ισχυρά επιχειρήματα εκατέρωθεν, η κοινωνία μας θα πέσει θύμα φυγόκεντρων δυνάμεων. Αν όσοι βλέπαμε πριν από την κάλπη ότι το επιχείρημα της «άλλης» πλευράς είχε κάποια βάση, μετά την απομάκρυνση από την κάλπη πειستούμε ότι η «δική» μας πλευρά είχε όλο το δίκιο με το μέρος της, και κλείσουμε τα μάτια σε στοιχεία που δεν ταιριάζουν με την επιλογή μας, θα έχουμε συνεισφέρει τα μέγιστα σε μια εν δυνάμει διχόνοια.

Πως μπορούμε να αποφύγουμε την ex post επένδυση στην κάλπικη βεβαιότητα; Απλά κατανοώντας ότι είμαστε επιρρεπείς σε τέτοιες ψυχολογικές διεργασίες και κάνοντας το παν να μην πέσουμε θύμα τους αυτή την φορά. Αυτός ο αγώνας δεν θα γίνει εναντίον «άλλων». Θα πρέπει να τον δώσουμε και να τον κερδίσουμε με τον εαυτό μας.