

Kelly McGonigal

SIŁA WOLI

Wykorzystaj samokontrolę i osiągnij więcej!

Tytuł oryginału: The Willpower Instinct: How Self-Control Works, Why It Matters, and What You Can Do To Get More of It

Tłumaczenie: Katarzyna Rojek

ISBN: 978-83-246-8279-9

Copyright © 2012 by Kelly McGonigal, Ph. D.
All rights reserved.

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form. This edition published by arrangement with Avery, a member of Penguin Group (USA), LLC.

Polish edition copyright © 2014 by Helion S.A.
All rights reserved.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Materiały graficzne na okładce zostały wykorzystane za zgodą Shutterstock.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://sensus.pl/user/opinie/silwol>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Wydawnictwo HELION

ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: sensus@sensus.pl

WWW: <http://sensus.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność

SPIS TREŚCI

<i>Wprowadzenie. Poznaj nowy wymiar siły woli</i>	9
1. „Chcę”, „nie chcę”, „pragnę”. Czym jest siła woli i dlaczego ma tak duże znaczenie	23
2. Siła woli jako instynkt. Zdolność rezygnacji z sernika leży w naszej naturze	55
3. Kiedy zabraknie sił. Podobieństwo między samokontrolą a mięśniami	95
4. Pozwolenie na grzeszenie. Dlaczego dobre uczynki stają się przyzwoleniem na złe postępowanie	135
5. Wielkie oszustwo mózgu. Dlaczego mylimy pożądanie ze szczęściem	173
6. „Do diabła z tym”. Dlaczego złe samopoczucie bywa przyczyną kapitulacji	213
7. Dlaczego kupczymy własną przyszłością. Ekonomia natychmiastowej gratyfikacji	247

8. Uwaga, zarazki! Dlaczego siła woli jest zakaźna	287
9. Nie czytaj tego rozdziału! Granice siły „nie chcę”	327
10. Kilka refleksji na koniec książki	365
<i>Podziękowania</i>	369

ROZDZIAŁ 4.

Pozwolenie na grzeszenie. Dlaczego dobre uczynki stają się przyzwoleniem na złe postępowanie

Podczas każdej edycji mojego kursu *The Science of Willpower* wydarza się jakiś skandal, który doskonale ilustruje teorie uzasadniające, dlaczego tracimy samokontrolę. Wśród przykładów znajdują się historie Teda Haggarda, Eliota Spitzera, Johna Edwardsa, Tigera Woodsa. Obecnie obchodzą nas one tyle co zeszłoroczny śniegⁱ, niemniej rzadko się zdarza, by w danym tygodniu nie

ⁱ Dla tych, którzy nie pamiętają (albo nie wiedzą), streszczam historie skandali, które stały się udziałem wymienionych osób. Cieszący się popularnością amerykański pastor Ted Haggard, który występował przeciwko równouprawnieniu osób homoseksualnych, został przyłapany na seksie i zażywaniu narkotyków z męską prostytutką; Eliot Spitzer, były gubernator stanu Nowy Jork wytrwale zwalczający korupcję, okazał się stałym klientem sutenera, w sprawie którego

gruchnęła nowina o jakimś prawym obywatelu — polityku, przywódcy religijnym, policjancie, nauczycielu, sportowcu — który szokuje świat spektakularną klęską swojej siły woli.

Interpretacja tego rodzaju zdarzeń w świetle granic samokontroli wydaje się co najmniej kusząca. Wszyscy ci ludzie działali przecież pod ogromną presją bardzo wielu czynników — od morderczego harmonogramu pracy zawodowej po konieczność kontrolowania swojego wizerunku publicznego 24 godziny na dobę. Jasne jest, że „mięśnie” samokontroli tych osób mogły być wyczerpane, siła woli zużyta, poziom cukru we krwi niski, a protestująca przeciwko temu wszystkiemu kora przedczołowa już ledwo zipała. Poza tym kto wie: być może wszyscy ci ludzie byli wtedy na diecie?

Taka odpowiedź jednak byłaby pewnie za prosta (choć — jestem tego pewna — jakiś adwokat wypróbuje ją kiedyś na ławie przysięgłych). Nie każda chwila słabości samokontroli świadczy o faktycznej i całkowitej jej utracie. Czasami świadomie poddajemy się pokusie. Aby dobrze zrozumieć, dlaczego w pewnych momentach kończy się nam siła woli, potrzeba innego wyjaśnienia, raczej psychologicznego niż fizjologicznego. Nie wszystkim nam grozi udział w seksaferze, która wywoła światową histerię, wszystkim nam jednak grozi do pewnego stopnia hipokryzja w zakresie siły woli — nawet jeżeli sprowadza się wyłącznie do oszustw związanych z postanowieniami noworocznymi. Aby nie pójść w ślady naszych bohaterów z pierwszych stron

toczyło się federalne śledztwo; niedoszły kandydat demokratów na prezydenta Stanów Zjednoczonych John Edwards podczas kampanii deklarował wartości rodzinne i w tym samym okresie zdradzał żonę umierającą na raka; światowej sławy golfista Tiger Woods, znany z samodyscypliny, okazał się seksoholikiem.

gazet, musimy ponownie przemyśleć założenie, według którego każda klęska siły woli stanowi konsekwencję ludzkiej słabości. W pewnych przypadkach bowiem stajemy się ofiarami własnego sukcesu w zakresie samokontroli. Zastanowimy się więc, dlaczego czynione postępy mogą — paradoksalnie — szkodzić motywacji, dlaczego optymizm może skutkować folgowaniem sobie, a także dlaczego wysokie mniemanie o własnej cnocie stanowi najkrótszą drogę do występku. Wkrótce się przekonamy, że w każdym z tych przypadków kapitulacja stanowi pewien wybór, który bynajmniej nie jest nieuchronny. Dzięki temu, że zobaczymy, jak okazujemy samym sobie pobażanie, dowiemy się, jak mimo wszystko trzymać się obranego kursu.

NIE ŚWIĘCI GARNKI LEPIĄ

Chciałabym Cię teraz poprosić o ocenę poniższych zdań według skali: „zupełnie się nie zgadzam”, „raczej się nie zgadzam”, „raczej się zgadzam”, „całkowicie się zgadzam”. Pierwsze zdanie brzmi tak: „Większość kobiet nie jest szczególnie mądra”. A drugie tak: „Większość kobiet bardziej się nadaje do siedzenia w domu i zajmowania się dziećmi niż do pracy”.

Wyobraź sobie teraz, że stawiasz te pytania studentom Princeton University. Jeżeli będziesz mieć dość szczęścia, studentki nie powiedzą Ci nic o wypchaniu się swoim badaniem i głupimi zdankami. Nawet studenci prawdopodobnie zupełnie się nie zgodzą z tymi seksistowskimi stwierdzeniami. Gdy jednak poprosisz tę samą grupę o ocenę nieco innych zdań — „Część kobiet nie jest szczególnie mądra” i „Część kobiet bardziej się nadaje do siedzenia w domu i zajmowania się dziećmi

niż do pracy” — wówczas okaże się, że już nie tak łatwo je odrzucić jako nieprawdziwe. Stwierdzenia te mogą się wydać nieco seksistowskie, trudno będzie jednak dyskutować z określeniem „część”.

Ocena powyższych zdań stanowiła część badania, które przeprowadzili Benoît Monin i Dale Miller, psycholodzy z Princeton University zajmujący się stereotypami i procesami podejmowania decyzji¹. Jak łatwo zgadnąć, studenci wspomnianej uczelni, poproszeni o ocenę dwóch pierwszych zdań, natychmiast je odrzucili, jako niezgodne z własnymi przekonaniami. Ci jednak, którzy oceniali zdania z kwantyfikatorem „część”, przyjęli bardziej neutralną postawę.

Po ocenieniu zdań poproszono studentów o dokonanie wyboru podczas wyobrażonego procesu rekrutacji. Badani mieli zaopiniować kilkoro kandydatów do pracy na wysokim stanowisku w budownictwie lub finansach, czyli w branżach uznawanych stereotypowo za zmaskulinizowane. Zadanie było tylko pozornie proste, zwłaszcza dla studentów, którzy jeszcze niedawno odrzucili seksistowskie stwierdzenia. Przecież nie dopuściliby do dyskryminacji wysoko wykwalifikowanych kandydatek! Badacze z Princeton University zaobserwowali sytuację odwrotną: studenci, którzy zupełnie się nie zgodzili z wyraźnie seksistowskimi zdaniem, częściej wybierali na wspomniane stanowisko mężczyzn niż studenci, którzy niechętnie się zgodzili z mniej seksistowskimi zdaniem o „części kobiet”. Taki sam schemat wyłonił się, kiedy badacze przedstawili studentom stwierdzenia rasistowskie, a następnie postawili ich w sytuacji sprzyjającej dyskryminacji rasowej.

Badania te zaszokowały wielu ludzi. Psycholodzy długo zakładali, że gdy ktoś deklaruje jakąś postawę, to raczej będzie także postępował zgodnie z nią. Nikt przecież nie chce być hipokrytą. Tymczasem nau-

kowcy z Princeton University odkryli wyjątki w naszym pragnieniu konsekwencji. Gdy trzeba wybierać, co jest dobre, a co złe, większości z nas nie zależy na moralnej doskonałości. Wolimy po prostu się czuć raczej dobrzy — w ten sposób dawać sobie przyzwolenie na to, by robić, co chcemy. Uczestniczący we wspomnianym eksperymencie studenci, którzy odrzucili wyraźnie seksistowskie lub rasistowskie stwierdzenia, jako niezgodne z wyznawanymi poglądami, uważali, że w ten sposób usankcjonowali swoją moralną wiarygodność, udowodnili samym sobie, że nie są seksistami ani rasistami. To jednak zwiększyło podatność badanych na coś, co psycholodzy nazywają *moral licensing* (w wolnym tłumaczeniu: racjonalizowaniem zachowań niemoralnych lub samousprawiedliwianiem). Gdy postępujemy dobrze, myślimy o sobie dobrze. Oznacza to, że bardziej ufamy własnym impulsom, co z kolei często polega na tym, że dajemy sobie przyzwolenie na złe postępowanie. Studenci Princeton University przez to, że wcześniej odrzucili seksistowskie i rasistowskie stwierdzenia jako niesłuszne, tak utwierdzili się w wysokim mniemaniu o sobie, że później nieco stracili czujność przy podejmowaniu decyzji, które okazały się dyskryminujące. Częściej ufali swoim subiektywnym odczuciom, rzadziej zaś poddawali refleksji to, czy podejmowana decyzja jest spójna z celem wyższym, czyli byciem uczciwym. Nie chodzi o to, że studenci chcieli kogokolwiek dyskryminować. Po prostu dopuścili do tego, że oślepił ich blask wcześniejszych dobrych uczynków, i nie zauważyli krzywdzącego charakteru późniejszych decyzji.

Ulegając efektowi racjonalizowania, pozwalamy sobie nie tylko na to, by postąpić źle, lecz także na to, by sobie odpuścić, kiedy jesteśmy proszeni o dobry uczynek². Na przykład: ludzie, którzy łatwo przypominali sobie sytuacje, gdy postąpili szlachetnie, przekazywali 60 procent

mniej pieniędzy na cele dobroczynne niż ci, którzy nie byli w stanie sobie przypomnieć żadnego własnego dobrego uczynku. W ramach pewnej symulacji biznesowej kierownictwo fabryki rzadziej decydowało się na droższe środki, aby zmniejszać ilość wytwarzanych zanieczyszczeń, kiedy sobie przypominało niedawną sytuację, w której postąpiło etycznie.

Zjawisko samousprawiedliwiania może pomóc nam wyjaśnić, dlaczego część ludzi, którym „z urzędu” przypisuje się wysokie standardy moralne — ministrowie, politycy wyznający wartości rodzinne czy adwokaci zwalczający korupcję — potrafi się usprawiedliwiać z poważnych wpadek, czy będzie to żonaty teleewangelista uprawiający seks ze swoją sekretarką, czy konserwatysta fiskalny wykorzystujący publiczne środki na remont swojego domu, czy też policjant stosujący zbyt dużą siłę fizyczną w stosunku do przestępcy, który nie stawia oporu. Większość ludzi, jeżeli uważa swoje postępowanie za szlachetne, nie zastanawia się nad własnymi impulsami, przy czym funkcje sprawowane przez niektóre osoby dodatkowo przypominają im ciągle o ich „cnotliwości z urzędu” właśnie.

Dlaczego zajmujemy się dyskryminacją i seksaferami, a nie dietą czy kunktatorstwem? Bo czymże innym jest wyzwanie dla siły woli, jeżeli nie bitwą między cnotą a występkiem? Kiedy tylko nadajemy czemuś wymiar moralny, wywołujemy efekt samousprawiedliwienia. Jeżeli sobie mówimy, że jesteśmy „dobrzy”, kiedy chodzimy na treningi, a „źli”, kiedy tego nie robimy, to rośnie prawdopodobieństwo, że skoro poćwiczymy dzisiaj, odpuścimy jutro. Spróbuj sobie mówić, że jesteś „dobrym człowiekiem”, gdy pracujesz nad ważnym projektem, a „złym”, gdy to odkładasz — wtedy okaże się, że jeżeli popracujesz nad projektem choć trochę przed południem, to już po południu sobie pofolg-

jesz. Krótko mówiąc: zawsze kiedy odczuwamy sprzeczne pragnienia, to „bycie dobrymi” daje nam pozwolenie na „bycie trochę złymi”³.

Co ważne: nie jest to kwestia wyłącznie spadku poziomu cukru we krwi czy słabnięcia siły woli. Kiedy psychologzy pytają ludzi o kontrolowane folgowanie sobie, ci utrzymują, że mają poczucie kontroli nad własnymi decyzjami, a nie poczucie jej utraty. Ponadto nie mają poczucia winy, przeciwnie: czują się dumni z siebie, bo oto otrzymują nagrodę. „Postąpiłem tak szlachetnie, że zasłużyłem sobie na drobną przyjemność” — wyjaśniają⁴. Także tego rodzaju poczucie (że coś nam się należy) bardzo często stanowi przyczynę naszych klęsk. Potrafimy momentalnie dostrzec w możliwości pofolgowania sobie najlepszą nagrodę za własną cnotę, dlatego równie szybko zapominamy o swoich celach i ulegamy pokusom.

SCHLEBIAJĄCA LOGIKA SAMOUSPRAWIEDLIWIENIA

Logika racjonalizowania niemoralnych zachowań nie jest „logiczna” w ścisłym tego słowa znaczeniu. Przede wszystkim rzadko ma dla nas jakiegokolwiek znaczenie związek między naszym „dobrym” zachowaniem a „złym”, które próbujemy usprawiedliwić w danym momencie. W przypadku klientów, którzy powstrzymali się przed kupieniem czegoś, co ich kusiło, istnieje większe prawdopodobieństwo, że po powrocie do domu *zjedzą* coś kuszącego⁵. Z kolei pracownicy, którzy poświęcają dodatkowy czas na pracę nad projektem, mogą się czuć usprawiedliwieni, płacąc firmową kartą kredytową za prywatny zakup.

Wszystko, co tylko schlebia szlachetności naszego postępowania — nawet sama myśl o zrobieniu dobrego uczynku — może sprawić, że zezwolimy sobie na postępowanie pod dyktando impulsów. W pewnym

badaniu poproszono uczestników o wskazanie preferowanego typu wolontariatu: nauczania dzieci w schronisku dla bezdomnych albo podjęcia działań na rzecz ochrony środowiska. Dokonany wybór nie znajdował przełożenia na faktyczne rozpoczęcie pracy charytatywnej, samo jej wyobrażenie jednak zwiększało u badanych chęć na kupienie sobie markowych džinsów. Inne badanie pokazało, że już zastanawianie się nad przekazaniem datku na cele charytatywne — nie rzeczywiste wręczenie komuś gotówki — zwiększało u uczestników chęć zafundowania sobie czegoś w centrum handlowym⁶. O naszej szczególnej hojności świadczy zaś to, że chwalimy samych siebie za coś, co mogliśmy zrobić, ale czego tak naprawdę nie zrobiliśmy. *Mogliśmy* przecież zjeść całą pizzę, a zjedliśmy tylko trzy kawałki. *Mogliśmy* kupić nową szafę, a zadowoliliśmy się tylko nową kurtką. Postępując zgodnie z tego rodzaju pokrętną logiką, jesteśmy w stanie zmienić każdy akt dogadania sobie w powód do dumy. (Czy dopadło Cię kiedykolwiek poczucie winy z powodu długu na karcie kredytowej? Niesłusznie! Przecież udało Ci się go spłacić — bez konieczności napadania na bank!).

Tego rodzaju badania dowodzą, że w naszym mózgu nie siedzi żaden skrupulatny księgowy, który by obliczał, jak szlachetnie postępowaliśmy i na jaką nagrodę w związku z tym zasługujemy. Przy ocenie tego, czy zachowaliśmy się słusznie i czy jesteśmy dobrymi ludźmi, kierujemy się raczej własnymi *odczuciami*. Psycholodzy, którzy badają efekt samousprawiedliwienia, wiedzą, że o tym, co jest dobre, a co złe, najczęściej rozstrzygamy właśnie w taki sposób⁷. Po prostu to odczuwamy, a po logikę „właściwą” sięgamy tylko wtedy, gdy musimy to uzasadnić. Nierzadko nie jesteśmy w stanie podać logicznego argumentu, który obroniłby nasz osąd — ale i tak trzymamy się tych właśnie odczuć. Weźmy na przykład jeden z moralnie wątpliwych scenariuszy,

którymi posługują się psycholodzy, aby badać, jak oceniamy, co jest dobre, a co nie: czy uważasz za moralnie akceptowalną sytuację, kiedy dorosły brat i dorosła siostra uprawiają ze sobą seks, jeżeli oboje tego chcą i stosują antykoncepcję? U większości z nas pytanie to wywołuje natychmiastowe wewnętrzne uklucie. To jest po prostu *złe*. Dopiero po chwili zaczynamy wysilać umysł, by wyjaśnić, dlaczego tę sytuację należy uznać za niemoralną.

Jeżeli zaś nie doświadczamy wewnętrznego uklucia, poczucia winy ani dreszczu niepokoju, to coś, o czym myślimy, nie wydaje nam się złe. Wracając do bardziej przyziemnych wyzwań dla siły woli: jeżeli dane zachowanie (na przykład kolejna porcja tortu urodzinowego bądź jeszcze jeden drobny zakup kartą kredytową) nie wywołuje w nas wyraźnego odczucia, że jest „złe”, raczej nie kwestionujemy własnych instynktów. W ten właśnie sposób obecne dobre samopoczucie, które wynika z dobrych uczynków spełnionych w przeszłości, pomaga się nam rozgrzeszać z folgowania sobie w przyszłości. Gdy uważamy się za świętych, wówczas perspektywa dogodzenia sobie nie wydaje nam się zła. Przeciwnie — wydaje się dobra, jakbyśmy na nią zasłużyli. Jeżeli zaś jedyną motywacją dla sprawowania samokontroli jest pragnienie bycia „dobrym człowiekiem”, będziemy ulegać pokusom za każdym razem, kiedy tylko dobrze o sobie pomyślimy.

Najgorszym aspektem racjonalizowania jest nie tyle jego wątpliwa logika, ile sposób, w jaki popycha nas ona do działania wbrew naszym interesom. Logika ta przekonuje nas bowiem, że w istocie szkodliwe dla nas zachowania — czy będzie to odstępienie od diety, czy rozsądzenie budżetu domowego, czy też tylko pojedyncze sztachnięcie się — to „przyjemność”. Czysty obłęd, ale za pomocą tego niewiarygodnie sugestywnego triku umysł przekształca nasze pragnienia w „powinności”.

Osądy moralne nie motywują nas do tego stopnia, jak chciałaby nasza kultura. Idealizujemy nasze pragnienie bycia szlachetnymi. Przy tym bardzo wielu ludzi uważa, że najbardziej powodują nimi wina i wstyd. Ale kogo pragniemy oszukać? Najsilniejszą motywację odczuwamy wtedy, gdy możemy otrzymać to, czego chcemy, a uniknąć tego, czego nie chcemy. Analizowanie zachowania w kategoriach moralnych prowadzi do tego, że częściej niż rzadziej mamy wobec niego mieszane uczucia. Jeżeli traktujemy wyzwanie dla siły woli jako coś, co „powinniśmy” robić, aby być lepszym człowiekiem, to automatycznie zaczynamy wymyślać argumenty, które zanegują zasadność danego kierunku postępowania. Taka jest ludzka natura: sprzeciwiamy się zasadom narzucanym nam przez innych dla naszego dobra. Jeżeli zaś staramy się sami narzucać sobie takie zasady ze względu na moralność czy samodoskonalenie, to bardzo szybko poczuujemy sprzeciw tej części nas samych, która nie chce być kontrolowana. Zatem mówiąc sobie tylko tyle, że ćwiczenia fizyczne, oszczędzanie pieniędzy czy rzucenie palenia są *właściwe* — a nie są czymś, co pomoże nam osiągnąć wyższe cele — będziemy prawdopodobnie postępować w tych dziedzinach mniej konsekwentnie.

Aby uniknąć pułapki samousprawiedliwienia, warto oddzielić poważne dylematy moralne od kwestii, które okazują się „tylko” trudne. Oszustwa podatkowe czy zdrada małżeńska są moralnie naganne, ale już odstępstwa od diety odchudzającej nie zaliczymy do grzechów śmiertelnych. Mimo to większość ludzi postrzega wszystkie postacie samokontroli jako sprawdziany dla swojej moralności. Zjedzenie deseru, spanie do późna, przekroczenie limitu na karcie płatniczej — używamy tych kryteriów, aby rozstrzygać, czy jesteśmy dobrzy, czy źli. Tymczasem żadne z tych zachowań nie ma tak naprawdę wagi występku czy

cnoty. Gdy ujmujemy nasze wyzwania dla siły woli w kategorii moralne, gubimy się w osądzaniu samych siebie i umyka nam sprzed oczu, jak wyzwania te mają pomagać nam osiągać to, na czym nam najbardziej zależy.

POD MIKROSKOPEM: CNOTA I WYSTĘPEK

W tym tygodniu obserwuj, jak rozmawiasz ze sobą i z innymi ludźmi o klęskach i sukcesach swojej siły woli.

- Czy mówisz sobie, że jesteś „dobrym” człowiekiem, kiedy udaje Ci się odnieść sukces w pracy nad wyzwaniem dla siły woli, a „złym”, gdy z czymś zwlekasz albo ulegasz pokusie?
- Czy wykorzystujesz swoje „dobre” zachowanie jako pretekst do pozwolenia sobie na coś „złego”? Czy jest to tylko niewinna nagroda, czy też coś, co szkodzi Twoim wyższym celom?

TRENING JAKO POZWOLENIE NA JEDZENIE, CZYLI O NARZECZONEJ, KTÓRA UTYŁA

Trzydziestopięcioletnia Cheryl, która pracowała jako doradca finansowy, miała za osiem miesięcy wyjść za mąż. Chciała przed ślubem rzucić jakieś 10 kilogramów, zaczęła więc ćwiczyć trzy razy w tygodniu. Problem polegał na tym, że jasno i wyraźnie widziała, ile kalorii jest warta każda minuta spędzona na urządzeniu pozwalającym imitować wchodzenie po schodach. Gdy Cheryl udawało się spalić więcej kalorii, niż zakładała, wówczas zaczynała sobie wyobrażać różne smakołyki, do zjedzenia których zdobywała w ten sposób prawo. Chociaż planowała również zmniejszyć liczbę zjadanych kalorii, to jednak w dni treningów pozwalała sobie zjeść trochę więcej. Kiedy ćwiczyła pięć minut dłużej, to posypywała sobie mrożony jogurt płatkami

czekoladowymi albo piła drugi kieliszek wina do obiadu. W ten sposób treningi stawały się dla Cheryl przepustką do folgowania sobie. W konsekwencji waga drgnęła o półtora kilograma — ale w niewłaściwą stronę.

Traktując ćwiczenia fizyczne jako sposób „zarabiania sobie” na jedzenie, Cheryl sama rzucała sobie kłody pod nogi na drodze do celu, jakim było schudnięcie. Aby się wydostać z tej „pułapki”, kobieta musiała zacząć postrzegać trening jako pierwszy i najważniejszy krok niezbędny do osiągnięcia celu, a zdrowe jedzenie jako drugi, niezależny od pierwszego krok, który również musi zrobić. Nie były to bowiem zamienne „dobre” zachowania, a sukces w jednej dziedzinie nie stanowił przepustki do folgowania sobie w drugiej⁸.

Nie myl działań wspierających osiągnięcie celu z celem samym w sobie. Nie odpuszczaj sobie tylko dlatego, że udało Ci się zrobić jedną rzecz podporządkowaną zamierzonemu celowi. Obserwuj, czy nagradzanie siebie za pojedyncze „właściwe” działania nie sprawia, że tracisz z oczu cel zasadniczy.

PROBLEMATYCZNE POSTĘPY

Nawet jeżeli postrzegamy wyzwania dla siły woli jako miarę własnej wartości moralnej, nie chroni nas to przed pułapką samousprawiedliwienia. Przyczyną tej sytuacji jest coś, co *wszyscy* Amerykanie instynktownie postrzegają w kategoriach moralnych. Nie, nie chodzi o seks — chodzi o postępy! Rozwój jest dobry, a robienie postępów na drodze do naszych celów jest gwarantem dobrego samopoczucia. Tak dobrego, że mamy ochotę sobie gratulować: no, naprawdę świetna robota!

Może jednak powinniśmy zastanowić się dwa razy, zanim przypniemy sobie złotą odznakę. Chociaż większość z nas uważa, że czynienie postępów na drodze do celu predestynuje do jeszcze większych sukcesów, psycholodzy wiedzą, że zdecydowanie za szybko wykorzystujemy swoje osiągnięcia jako preteksty do poluzowania sobie. Ayelet Fishbach, wykładowczyni University of Chicago Graduate School of Business, i Ravi Dhar, wykładowca Yale School of Management, pokazali, że postępy na drodze do celu motywują ludzi do podejmowania działań, które przeszkadzają w dążeniu do niego⁹. W jednym z eksperymentów naukowcy przypomnieli osobom na diecie o tym, ile już dokonały na drodze do idealnej wagi, a następnie dali do wyboru jabłko i baton, za pomocą których badani mogli sobie pogratulować osiągnięć. Aż 85 procent sięgnęło po baton; tego samego wyboru dokonało 58 procent osób na diecie, którym nie przypomniano o postępach. W innym badaniu zaobserwowano ten sam efekt w przypadku celów naukowych: studenci, których chwalono za ilość czasu przeznaczanego na naukę do egzaminu, chętniej spędzali wieczór ze znajomymi, grając w piwnego ping-ponga.

Postępy mogą nawet sprawić, że porzucimy cel, nad którym tak ciężko dotąd pracowaliśmy, ponieważ naruszają równowagę sił naszych rywalizujących ze sobą „ja”. Pamiętamy przecież, że wyzwanie dla siły woli obejmuje z definicji dwa sprzeczne cele. Część naszej osoby myśli o interesach dalekosiężnych (takich jak choćby schudnięcie), druga część zaś żąda natychmiastowej gratyfikacji (czekolady!). W obliczu pokusy „ja” wyższe powinno przemawiać głośniejszym głosem niż chęć dogodzenia sobie. Skuteczność samokontroli wywołuje jednak pewien niezamierzony skutek: tymczasowo satysfakcjonuje „ja” wyższe, a więc i ucisza jego głos. Gdy zaś czynimy postępy na drodze do celu długofalowego,

mózg — w którym znajduje się lista kontrolna wielu różnych naszych dążeń — wyłącza procesy umysłowe, które nas kierują w tę właśnie stronę, a zwraca uwagę na to, czego jeszcze nie osiągnęliśmy, czyli na niezaspokojone pragnienie pofolgowania sobie. Psycholodzy nazywają to zjawisko *uwolnieniem celu* (ang. *goal liberation*). Cel, który tłumiliśmy za pomocą samokontroli, przybiera wtedy na znaczeniu, wskutek czego każda pokusa staje się tylko bardziej kusząca.

Na poziomie praktyki oznacza to, że jeden krok naprzód staje się przyzwoleniem na dwa kroki wstecz. Ustawienie stałego zlecenia przelewu na konto emerytalne może zadowolić tę część naszej osoby, która chce oszczędzać, ale uwolni przy tym tę część, która ma ochotę pójść na zakupy; uporządkowanie dokumentów może zadowolić tę część naszej osoby, która chce pracować, ale uwolni przy tym tę część, która ma ochotę obejrzeć mecz w telewizji. Tak, przez chwilę posłuchaliśmy anioła siedzącego na naszym ramieniu, ale teraz bardziej przekonujący wydaje się jednak diabeł.

Nawet narzędzie najbardziej wiarygodne w dążeniu do celu, a mianowicie „lista kontrolna spraw do zrobienia”, może przynieść odwrotny skutek. Czy kiedykolwiek zdarzyło Ci się zrobić kompletny spis rzeczy do wykonania przy projekcie, a następnie poczuć tak wielkie samozadowolenie, by zakończyć pracę nad projektem w danym dniu? Jeśli tak, to jest nas więcej. Sporządzenie listy przynosi taką ulgę, że bierzemy satysfakcję płynącą z jasnego wskazania, co należy zrobić, za wysiłek faktycznie podjęty na drodze do celu. (Albo inaczej: jeden z moich studentów powiedział, że uwielbia zajęcia poświęcone produktywności, bo dzięki nim ma *wrażenie*, iż jest bardzo produktywny — i nie jest ważne to, że tak naprawdę nic nie zostało przy tym „wyprodukowane”).

Choć sprzeczna ze wszystkimi przekonaniem o osiągnięciu celu, koncentracja na postępach może nam utrudniać odniesienie sukcesu. Nie oznacza to oczywiście, że problemem są postępy. Ich potencjalna problematyczność polega na tym, jakie wywołują w nas uczucie — ale nawet wtedy są one problematyczne o tyle, o ile posłuchamy tego uczucia, zamiast trzymać się zamierzonego celu. Postępy bywają motywujące, wprost inspirują do samokontroli, lecz tylko pod warunkiem że postrzegamy własne działania jako dowody świadczące o naszym *zaangażowaniu* w dążenie do celu. Innymi słowy: przyglądanie się dotychczasowym postępom musi nas utwierdzać w przekonaniu, że warto naprawdę się troszczyć o istotny cel. Tak mocno w tym utwierdzać, że będziemy chcieli robić jeszcze więcej, aby go osiągnąć. Łatwo spojrzeć z takiego punktu widzenia — tyle że na ogół nie jest to nasze nawykowe nastawienie. Zazwyczaj bowiem chwytny się każdego wykrętu.

Dwa odmienne rodzaje nastawienia pociągają za sobą różne konsekwencje. Jeżeli zapyta się kogoś, kto wykonał pozytywny krok w stronę zamierzonego celu (takiego jak trening, nauka, oszczędzanie): „Jak oceniasz swoje *postępy* na drodze do celu?”, to wzrośnie prawdopodobieństwo, że zrobi wtedy coś, co stoi w sprzeczności z tym celem (na przykład zrezygnuje z jutrzejszego treningu, wyjdzie ze znajomymi, zamiast się uczyć, kupi sobie coś drogiego). Z kolei ktoś, kogo się zapyta: „Jak oceniasz swoje *zaangażowanie* na drodze do celu?”, nie odczuje pokusy, by postępować w sposób sprzeczny ze swoim dążeniem. Wystarczy nieco inaczej rozłożyć akcenty, a powstaną wyraźnie odmienne interpretacje działań: „Zrobiłem to, ponieważ *tego chciałem*”, a nie: „Poradziłem sobie tak świetnie, że teraz mogę robić, co chcę!”.

**EKSPERYMENT NAD SIŁĄ WOLI:
JEŚLI CHCESZ UNIEWAŻNIĆ POZWOLENIE,
TO PRZYPOMNIJ SOBIE O MOTYWACH SWOICH DZIAŁAŃ**

W jaki sposób koncentrujesz się na swoim zaangażowaniu w dążenie do celu, a nie na czynionych postępach? Jednej z możliwych strategii można się nauczyć z badania, które przeprowadzili naukowcy z uniwersytetu w Hongkongu i University of Chicago. Gdy poproszono studentów, aby przypomnieli sobie jakąś sytuację, w której oparli się pokusie, wówczas pojawił się efekt racjonalizowania i 70 procent badanych skorzystało z pierwszej nadarzającej się okazji, aby sobie pofolgować. Kiedy jednak poproszono uczestników badania o przypomnienie sobie przyczyn, *dlaczego* tak wtedy postąpili, efekt racjonalizowania zniknął i 69 procent badanych oparło się pokusie. W ten sposób naukowcy odkryli magicznie prosty sposób na stymulowanie samo-kontroli i wspieranie studentów w dokonywaniu wyborów spójnych z wyższymi celami. Przywołanie przyczyn własnego postępowania pomaga, ponieważ zmienia nastawienie do nagrody w postaci dogodzenia sobie. To, co rzekomo ma Ci dać „zadowolenie”, zaczyna przypominać raczej zagrożenie dla Twoich celów (i tym faktycznie jest), a perspektywa pofolgowania sobie traci na atrakcyjności. Pamiętanie o przyczynach własnego postępowania pomaga także zauważać inne sposoby na osiągnięcie celu i je wykorzystywać.

Następnym razem, kiedy się przyłapiesz na tym, że wykorzystujesz wcześniejsze „dobre” zachowanie jako przyzwolenie na to, aby sobie dogodzić, zatrzymaj się i przypomnij sobie motywy tamtej postawy¹⁰.

KIEDY DZIŚ STAJE SIĘ PRYZWOLENIEM NA JUTRO

Czy będziemy się klepać po plecach za poczynione dotąd postępy, czy też będziemy sobie przypominać, jak to nam się wczoraj udało oprzeć pokusie — jesteśmy skłonni dość szybko chwalić samych siebie za wcześniejsze „dobre” zachowanie. Tymczasem mętna matematyka efektu racjonalizowania każe nam brać pod uwagę nie tylko to, co

miało już miejsce. Dzięki niej równie łatwo patrzymy w przyszłość i chwalamy samych siebie za planowane zachowania. Na przykład: w przypadku osób, które *zamierzają* pójść na trening po obiedzie, istnieje wyższe prawdopodobieństwo, że zjedzą za duży posiłek. Tego rodzaju nawyk pozwala nam grzeszyć dzisiaj, a dawać zadośćuczynienie później — a przynajmniej tak sobie wmawiamy¹¹.

NIE MÓW „HOP”, PÓKI NIE PRZESKOCZYSZ

Wyobraź sobie taką scenę: jest pora obiadowa, masz mało czasu, a najdogodniejszym miejscem na szybki posiłek jest pobliski fast food. Starasz się jednak pilnować wagi i dbać o zdrowie, dlatego postanawiasz zignorować najbardziej tuczące dania w menu i wchodzisz. Stojąc w kolejce, zauważasz z radością, że obok tradycyjnych propozycji, w których zdecydowanie nie brak tłuszczów ani cukrów, znalazły się nowe, a mianowicie sałatki. (Fast food znajduje się blisko Twojego miejsca pracy, więc pewnie zaczniesz tu przychodzić nieco częściej, niż byłoby to wskazane dla Twojej linii. Zachwyca Cię, że teraz pozyskasz dodatkowe możliwości, które nie będą w Tobie wzbudzać poczucia winy). Zatem stojąc w kolejce, zastanawiasz się, co wybrać: mieszanek zielonych sałat czy też sałatkę z grillowanym kurczakiem. Kiedy wreszcie stajesz przed kasą, słyszysz, jak z Twoich ust padają słowa: „Proszę podwójnego cheeseburgera i frytki”.

Co się stało?!

Może odezwały się stare nawyki? Być może zapach frytek pokonał Twoje szlachetne zamiary? A czy dasz wiarę temu, że samo przyglądanie się „zdrowszym” daniom w menu ostatecznie skłoniło Cię do zamówienia cheeseburgera i frytek?

Do takich wniosków prowadzi wiele badań, które przeprowadzili naukowcy zajmujący się marketingiem z Baruch College przy City University of New York¹². Badaczy zaintrygowały doniesienia o tym, że kiedy McDonald's dodał do menu „zdrowsze” dania, to skokowo wzrosła sprzedaż Big Maców. Aby poznać przyczyny, dlaczego tak się stało, naukowcy utworzyli własny eksperymentalny fast food. Klientom-badany podano menu i poproszono o wybór jednego dania. Wszystkie menu zawierały szeroki wybór dań typowych dla fast foodów, takich jak frytki czy skrzydełka kurczaka. Połowa badanych jednak otrzymała specjalne menu, w których proponowano także zdrową sałatę. W drugim przypadku — kiedy można było wybrać też sałatę — procent „klientów”, którzy wybrali *najbardziej niezdrowe* i tuczące danie, okazał się wyższy. Ten sam efekt badacze zauważyli przy zakupach w automacie: kiedy wśród typowych propozycji „śmieciwego jedzenia” umieszczono także ciastka o obniżonej kaloryczności, uczestnicy eksperymentu *częściej* wybierali najbardziej niezdrową przekąskę (którą w tym przypadku były ciastka w czekoladzie firmy Oreo).

Jak to się dzieje? Czasami umysł doświadcza tak silnej ekscytacji w związku z *możliwością* postępowania zgodnie z zamierzonym celem, że myli tę okazję z satysfakcją płynącą z celu już osiągniętego. Wtedy cel, który miał polegać na dokonaniu zdrowego wyboru, ustępuje pierwszeństwa temu, który jeszcze nie został osiągnięty, czyli natychmiastowej przyjemności. W konsekwencji czujemy mniejszą presję, aby faktycznie zamówić zdrowe danie, za to silniej doświadczamy chęci dogodzenia sobie. Gdy wszystko to zsumujemy, wówczas okaże się, że właśnie w ten (nieracjonalny) sposób przyzwalamy sobie na zamówienie takiej pozycji, która z całego menu wiąże się z największym zagrożeniem zaczopowania tętnic, zwiększenia obwodu w pasie oraz

skrócenia czasu życia. Wspomniane badania podają w wątpliwość nacisk, jaki kładzie publiczna służba zdrowia na konieczność zamieszczania co najmniej jednej zdrowej pozycji w szkolnych kawiarniach, automatach i restauracjach sieciowych. Dopóki jednak nie nastąpi zmiana na szeroką skalę — czyli dopóki nie będzie się sprzedawało generalnie zdrowszego jedzenia — istnieje ryzyko, że ludzie będą dokonywali jeszcze gorszych wyborów, niż gdyby nic nie zrobiono w tej dziedzinie.

Być może masz wrażenie, że Ciebie ten efekt nie dotyczy — oczywiście, że masz większą samokontrolę niż ci wszyscy frajerzy, którzy uczestniczyli we wspomnianych badaniach! Jeżeli jednak tak jest, to znajdujesz się w tarapatkach. Badani, którzy przyznawali sobie najwyższe oceny właśnie za samokontrolę (zwłaszcza w dziedzinie odżywiania się), najczęściej wybierali najbardziej niezdrowy produkt z oferty zawierającej także produkty zdrowe. Tylko 10 procent samowważających gigantów w zakresie samokontroli wskazało na najmniej zdrowy produkt, kiedy w menu nie było sałaty, 50 procent zaś wybrało najmniej zdrowy produkt, gdy oferowano też sałatę. Osoby te być może tak głęboko wierzyły, że następnym razem wezmą zdrowe danie, iż tym razem nie miały problemu z zamówieniem frytek.

Sytuacje te ilustrują pewien poważny błąd, który popełniamy, myśląc o swoich decyzjach w przyszłości: fałszywie, ale niezmiennie zakładamy, że jutro dokonamy wyborów innych niż dzisiaj. Teraz zapalę sobie jeszcze jednego papierosa, ale jutro z tym kończę. Dzisiaj odpuszczę sobie trening, ale jutro na pewno już pójdę. Wydam jeszcze trochę na prezenty świąteczne, ale potem żadnych zakupów przez co najmniej trzy miesiące.

Tego rodzaju optymizm staje się naszą przepustką do folgowania sobie tu i teraz — zwłaszcza jeżeli wiemy, że wkrótce będziemy mieli

możliwość podjęcia odmiennej decyzji. Na przykład: naukowcy z Yale University dali studentom do wyboru jogurt beztłuszczowy i duże ciastko Mrs. Fields. Gdy badani dowiedzieli się, że będą mieli możliwość dokonania takich samych wyborów w następnym tygodniu, 83,3 procent sięgnęło po ciastko, podczas gdy spośród tych, którzy myśleli, że jest to jednorazowa okazja, tylko 57,0 procent wskazało na Mrs. Fields. Studenci postąpili tak samo, gdy wybór dotyczył bardziej i mniej wyszukanych rozrywek („Wykształcony i oświecony mogą być za tydzień”) oraz mniejszej, ale natychmiastowej nagrody finansowej i większej, ale odroczonej („Teraz potrzebuję gotówki, ale w przyszłym tygodniu poczekam na wyższą kwotę”).

Aż 67 procent studentów, którym powiedziano, że będą mogli wybierać jeszcze raz w następnym tygodniu, przewidywało, iż wtedy podejmie „szlachetniejszą” decyzję. Gdy jednak naukowcy ponownie zaprosili badanych do laboratorium, tylko 36 procent z nich dokonało odmiennego wyboru. Niemniej jednak czuli się oni znacznie mniej winni z powodu pierwotnej decyzji o dogodzeniu sobie, kiedy myśleli, że następnym razem to zrekompensują¹³.

POD MIKROSKOPEM: KREDYT DZIŚ, SPŁATA JUTRO

Kiedy podejmujesz decyzje związane ze swoim wyzwaniem dla siły woli, obserwuj, czy przychodzą Ci do głowy obietnice dobrego zachowania w przyszłości. Czy mówisz sobie, że dzisiejsze zachowanie zrekompensujesz jutro? Jaki wpływ wywiera to na Twoją samokontrolę dziś? Prowadź tego rodzaju obserwacje przez cały jeden dzień. Czy rzeczywiście robisz to, co deklarujesz, czy też cykl „folguję sobie dzisiaj, a zmieniam się od jutra” zaczyna się od nowa?

DLACZEGO JUTRO ZAWSZE MAMY CZAS

Optymizm w odniesieniu do przyszłości dotyczy nie tylko naszych decyzji, lecz także łatwości, z jaką zrobimy to, co teraz deklarujemy. Psycholodzy jednak wykazali, jak bardzo się mylimy, przewidując, że później będziemy mieć więcej wolnego czasu niż teraz¹⁴. Ten podstęp, jakiego używa nasz umysł, został zdemaskowany przez dwóch profesorów marketingu — Robina Tannera z University of Wisconsin i Kurta Carlsona z Duke University¹⁵. Naukowców zainteresowały błędy popełniane przez konsumentów w przewidywaniach, jak często będą korzystać ze sprzętu do ćwiczeń fizycznych (który w 90 procentach przypadków stoi w piwnicy i obrasta kurzem). Tanner i Carlson byli ciekawi, co takiego ludzie myślą, wyobrażając sobie przyszłe wykorzystanie swoich nowych sztang czy przyrządów do robienia „brzuszków”. Czy widzą przyszłość analogiczną do teraźniejszości — pełną rywalizujących ze sobą zobowiązań, czynników rozpraszaćcych, codziennego zmęczenia? Czy też mają wizję jakiejś rzeczywistości alternatywnej?

Aby się tego dowiedzieć, Robin Tanner i Kurt Carlson poprosili grupę ochotników, aby przewidzieli: „Ile razy (średnio) w tygodniu przez najbliższy miesiąc będziesz ćwiczyć?”. Następnie zadali to samo pytanie innej grupie — z jedną ważną zmianą: *„Zakładając, że żyjesz w świecie idealnym, ile razy (średnio) w tygodniu przez najbliższy miesiąc będziesz ćwiczyć?”*. Szacunki obu grup okazały się takie same: pierwsza bowiem udzielała odpowiedzi, jakby z założenia odnosząc się do „świata idealnego”, chociaż została poproszona o przewidzenie prawdziwego, a nie idealnego zachowania. Patrzymy w przyszłość, ale nie widzimy dzisiejszych wyzwań. To zaś przekonuje nas, że w przyszłości będziemy mieć więcej czasu i energii, aby zrobić to, czego dzisiaj unikamy.

Odkładając coś na później, czujemy się usprawiedliwieni, ponieważ wierzymy, że zrekompensujemy to przyszłym zachowaniem, nawet z nawiązką.

Trudno jest zmienić tę psychologiczną skłonność. Próbowano uzyskać od badanych bardziej realistyczne prognozy, dając dokładne instrukcje: „Prosimy o przewidywania *nie* idealne, ale maksymalnie realistyczne”. Tymczasem osoby, które otrzymały takie wskazówki, przejawiały *jeszcze większy* optymizm, przedstawiając jeszcze wyższe szacunki. Naukowcy postanowili więc sprowadzić optymistów na ziemię za pomocą konfrontacji z rzeczywistością, po czym zaprosili ich ponownie dwa tygodnie później i zapytali, ile razy rzeczywiście ćwiczyli. Podane liczby okazały się oczywiście niższe od szacunków. Ludzie przewidywali bowiem swoje zachowanie w świecie idealnym, ale dwa ostatnie tygodnie przeżyli w świecie rzeczywistym.

Następnie naukowcy poprosili te same osoby, aby spróbowały określić, ile razy będą ćwiczyć w ciągu najbliższych dwóch tygodni. Nie tracąc optymizmu, badani podali szacunki *jeszcze wyższe niż pierwotne* i znacznie wyższe niż rzeczywista częstotliwość ćwiczeń z minionych dwóch tygodni. Można odnieść wrażenie, że potraktowali poważnie pierwotnie przewidywaną średnią, a następnie przypisali swoim „ja” z przyszłości dodatkowe ćwiczenia, aby w ten sposób zrekompensować dotychczasowe „bardzo kiepskie” wyniki. Zamiast spojrzeć na minione dwa tygodnie jak na rzeczywistość, a na swoje pierwotne szacunki jak na nierealistyczny ideał, badani uznali minione dwa tygodnie za swoistą anomalię.

Tego rodzaju optymizm jest zrozumiały: gdybyśmy zakładali, że nie osiągniemy żadnego celu, jaki sobie wyznaczamy, to poddałibyśmy

się już na starcie. Jeżeli jednak wykorzystujemy nasze pozytywne oczekiwania, aby usprawiedliwiać obecną bierną postawę, to rzeczywiście nie warto nawet wyznaczać sobie celu.

EKSPERYMENT NAD SIŁĄ WOLI: JUTRO TO DZIŚ

Ekonomista behawioralny Howard Rachlin proponuje ciekawy trik, który pomaga rozwiązać problem ciągłego zaczynania od jutra¹⁶. Jeżeli chcesz zmienić jakieś swoje zachowanie, próbuj redukować jego *częstotliwość*, a nie samo zachowanie. Rachlin pokazał, że palacze, których poproszono, aby starali się codziennie wypalać tę samą liczbę papierosów, zaczęli stopniowo ją zmniejszać, mimo że nie zostali poproszeni wprost o ograniczenie palenia. Według ekonomisty strategia ta okazuje się skuteczna, ponieważ palacze zostają pozbawieni typowej podpory poznawczej w postaci udawania, że jutro będzie inne niż dziś. Każdy papieros staje się wtedy nie tylko jeszcze jednym wypalonym dzisiaj, ale także jeszcze jednym wypalonym jutro i pojutrze, i w kolejnych dniach. W rezultacie każdy papieros zyskuje nowy „ciężar”, co znacznie utrudnia kwestionowanie zdrowotnych konsekwencji wypalenia jednego papierosa.

W tym tygodniu spróbuj wykorzystać radę Howarda Rachlina w ramach własnego wyzwania dla siły woli: postaraj się redukować częstotliwość swojego zachowania z dnia na dzień. Postrzegaj każdą swoją decyzję jako zobowiązanie determinujące wszystkie Twoje przyszłe wybory. Zamiast więc pytać siebie: „Czy chcę zjeść ten baton w tej chwili?”, zapytaj: „Czy chcę konsekwencji zjedzenia tego batona każdego popołudnia przez najbliższy rok?”. Jeżeli odkładasz coś, co musisz zrobić, to zamiast pytać siebie: „Czy wolę to zrobić dzisiaj, czy też jutro?”, zapytaj: „Czy naprawdę chcę konsekwencji ciągłego odkładania tego na później?”.

PRZEDKOLACYJNY WEGETARIANIZM

Jeff, 30-letni analityk systemów sieciowych, był skonfliktowanym wewnętrznie mięsożercą. Ciągłe czytał o zdrowotnych korzyściach płynących z mniejszego spożycia mięsa, by nie wspomnieć o horrorze samego przemysłu mięsnego. Lubił jednak mięsne burrito, pizzę

pepperoni, hamburgery, bekon do śniadania. Wiedział, że przejście na wegetarianizm zmniejszyłoby etyczne niepokoje, ale gdy miał w zasięgu ręki kawałek pizzy, pragnienie bycia „lepszym człowiekiem” rozpyływało się w parującym topionym serze.

Kiedy Jeff podejmował pierwsze próby, aby jeść mniej mięsa, pojawił się pewien twórczy efekt samousprawiedliwienia. Mężczyzna zauważył, że sięga po wegetariański produkt, aby zrównoważyć „niewłaściwość” produktu niewegetariańskiego — na przykład wybierał wegetariańskie chili zamiast wołowego, ale nie zastępował mięsnego burrito fasolowym czy ryżowym. Ponadto wykorzystywał to, co zjadał na śniadanie, aby rozstrzygać, czy będzie miał „dobry dzień”, czy „zły dzień”: kanapka z bekonem i jajkiem zapowiadała zły dzień, co oznaczało, że Jeff mógł sobie pozwolić na mięso także na lunch i kolację; jutro już (tak sobie mówił) będzie dobry dzień od początku do końca.

Zamiast dawać sobie przyzwolenie, aby być „dobrym” w pewne dni, a „złym” w inne (co oczywiście przekładało się na większą liczbę dni złych niż dobrych), Jeff podjął wyzwanie zmniejszania częstotliwości niepożądanego zachowania, a mianowicie przyjął strategię „przedkolacyjnego wegetarianizmu” i aż do 18 jadł tylko potrawy bezmięsne, a na kolację wybierał, co chciał. Nie mógł więc zjeść hamburgera na lunch, a potem sobie powiedzieć, że na kolację będą same brokuły; nie mógł również płatkami na śniadanie uzasadnić kurczaka na obiad.

Podejście to stanowi doskonały sposób na zakończenie ciągłych sporów wewnętrznych, czy „zasłużyliśmy” na nagrodę, czy też nie. W przypadku Jeffa nowa zasada ułatwiała mu decyzje, kiedy miał do wyboru kanapkę z szynką i serem albo z hummusem na lunch. Lunch ma być wegetariański, koniec kropka. Stosowanie tego rodzaju codziennej zasady pomaga także pozbywać się złudzeń, że jutro będziemy postępować

zupełnie inaczej niż dziś. Jeff wiedział, że jeśli jednego dnia złamie swoją zasadę, to — zgodnie z wytycznymi z eksperymentu — będzie musiał ją łamać codziennie do końca danego tygodnia. Chociaż kanapka z szynką i serem wyglądała kusząco, Jeff tak naprawdę nie chciał rezygnować ze swojego celu na cały tydzień. Dostrzeżenie w kanapce z wędliną nie wyjątku, ale przyczyny, która uruchamia nową regułę, sprawiło, że straciła na apetyczności.

Czy istnieje jakaś zasada, zgodnie z którą jesteś w stanie żyć — i która pomoże Ci zakończyć spór wewnętrzny odwołujący Cię od zamierzonych celów?

WILK W OWCZEJ SKÓRZE

Istnieje jeszcze jedna — ostatnia — „pułapka racjonalizowania”, którą musimy nauczyć się omijać i która, w przeciwieństwie do wszystkich poprzednich, jakim się dotąd przyglądaliśmy, nie ma nic wspólnego z naszym szlachetnym zachowaniem. Ma natomiast wiele wspólnego z naszym pragnieniem do przekonywania samych siebie, że to, czego chcemy, wcale nie jest takie złe. Zbyt ochoczo bowiem przypisujemy przedmiotom swoich pragnień własne, arbitralne wartości, które stają się przepustką do dogodzenia sobie bez poczucia winy.

EFEKT AUREOLI

Wyobraź sobie, że jesteś właśnie w sklepie spożywczym i robisz drobne zakupy na weekend. Wychodzisz spomiędzy półek z płatkami śniadaniowymi i znajdujesz się w dziale mrożonek, gdzie natykasz się na nadzwyczajną promocję. Oto prawdziwy anioł (nie jakaś fantazja

o nastoletniej blondynce) trzyma tacę z przekąskami do kosztowania. Złoty blask aureoli oświetla talerz małych hot dogów. Dźwięki harfy zdają się otaczać niebiańską postać. „Proszę się poczęstować” — mówi do Ciebie anioł. Patrzysz na pulchniutkie przekąski — i nagle przez Twoją głowę przebiegają myśli o tłuszczach nasyconych, azotynach i cholesterolu. Wiesz, że Twoja dieta nie przewiduje tego rodzaju hot dogów, ale przecież anioł nie zwodzi Cię chyba na manowce? Więc może chociaż jedną porcję...?

Gratulacje: dzięki temu już wiesz, czym jest i jakie skutki wywołuje *efekt aureoli*. Ta postać efektu racjonalizowania polega na znajdowaniu najbliższych powodów, dlaczego jednak warto ulec pokusie. Innymi słowy: jeżeli potrzebujemy pretekstu do tego, aby sobie dogodzić i dać się skusić, to szukamy choćby najdrobniejszych przejawów „słuszności” danego działania.

Aby zobaczyć efekt aureoli w praktyce, nie musisz czekać dłużej niż do obiadu. Badania dowodzą, że ludzie, którzy zamawiają dania główne reklamowane jako „zdrowe”, są skłonni bardziej folgować sobie przy napojach, przystawkach i deserach¹⁷. Chociaż mają na celu troskę o zdrowie, ostatecznie zjadają więcej kalorii niż ludzie, którzy zamawiają „zwykłe” dania główne. Naukowcy zajmujący się żywieniem mówią wtedy o *zdrowotnym efekcie aureoli*. Dzięki temu, że zamawiamy coś „zdrowego”, mamy tak dobre samopoczucie, iż następnym gestem folgujemy sobie bez cienia winyⁱⁱ. Ponadto postrzegamy „słuszne”

ⁱⁱ Naukowcy wskazują również na to, że badani goście restauracji właściwie od razu brali za dobrą monetę opis „zdrowy wybór” widoczny przy niektórych przystawkach. Pozycje w menu oznaczone w ten sposób były — uśredniając — bardziej kaloryczne niż pozostałe przystawki, żaden z gości jednak nie podał tego określenia w wątpliwość.

wybory jako przeciwieństwo dogadzania sobie — w pewnych przypadkach dosłowne „przeciwieństwo”. Naukowcy odkryli, że jeżeli do cheeseburgera podaje się zieloną sałatę, konsumenci oceniają cały taki posiłek jako mniej kaloryczny niż sam cheeseburger bez sałaty¹⁸. Wydaje się to pozbawione sensu — chyba że się wierzy, iż samo położenie na talerzu liścia sałaty może w magiczny sposób zredukować liczbę kalorii. (Sądząc po tym, co ludzie zamawiają w restauracjach i kinach, powiedziałbym, że wielu z nas wierzy, iż podobny efekt wywołują niskokaloryczne napoje gazowane).

W takich przypadkach sałata po prostu zaburza ocenę posiłku, jakiej dokonują konsumenci. Wywołuje bowiem w nich *wrażenie*, że danie, które właśnie spożywają, jest „szlachetne”. Widok sałaty powoduje efekt aureoli zdrowotnej, której blask promieniuje na burgera, co z kolei sprawia, że konsumenci zaniżają zdrowotne koszty posiłku. Co szczególne: osoby na diecie — które, przynajmniej teoretycznie, powinny raczej mieć rozeznanie w kaloryczności produktów — okazały się najbardziej podatne na zdrowotny efekt aureoli: kiedy do posiłku dodano sałatę, szacowana kaloryczność posiłku spadła o 100 kalorii.

Efekt aureoli pojawia się wszędzie tam, gdzie czysta przyjemność idzie w parze z czymś szlachetniejszym. Na przykład: z badań wynika, że klienci, którzy kupują czekoladę, aby ją przekazać na cele dobroczynne, nagradzają się za dobry uczynek, sami zjadając więcej czekolady. Blask aureoli altruistycznego gestu opromienia także słodycze, dzięki czemu darczyńcy mogą się delektować smakiem czekolady bez poczucia winy¹⁹. Łowcy przecen, którzy coś kupili w dobrej cenie, czują się czasami tak szlachetnie dzięki temu, że zdołali „zaoszczędzić”, iż ostatecznie kupują więcej, niż zamierzali; ci zaś, którzy kupują prezenty,

niezadko uznają siebie za tak hojnych, że sobie także coś kupują. (Być może dlatego damskie buty i odzież stanowią największy procent sprzedaży na początku sezonu zakupów świątecznych).

ŻARLIWE ZAKŁĘCIA

Problem polega na tym, że gdy myślimy o jedzeniu i towarach w kategoriach „dobrych” i „złych”, pozwalamy świetnemu samopoczuciu zająć miejsce zdrowego rozsądku. To dlatego restauracje oraz sklepy mogą dodawać 1 procent cnoty do 99 procent występku, aby wprawiać nas w takie właśnie „świetne samopoczucie”, mimo że tak naprawdę szkodzimy swoim długofalowym celom. My zaś z radością włączamy się w tę farsę, ponieważ nasz wewnętrzny konflikt celów i tak trwa (Zdrowie! Nie, przyjemność!).

Doskonałym przykładem tego rodzaju samousprawiedliwienia jest szal na ciasteczka SnackWell's, który zapanował w 1992 roku. Napis widniejący na opakowaniu: „Beztłuszczowe!” zdawał się unieważniać zamknięty w środku grzech w postaci czekoladowych łakoci z piekła rodem. Osoby będące na diecie albo pilnujące wagi pochłaniały gigantyczne ilości całych opakowań ciastek o ogromnej zawartości cukru, oślepione blaskiem beztłuszczowej aureoli. (Tak, przyznając, byłam wśród nich). Cały ten obłęd — wraz z towarzyszącym mu niekontrolowanym przyrostem masy ciała konsumentów — badacze nazwali *syndromem ciasteczek SnackWell's*. Obecnie napis „beztłuszczowy” może nie robi takiego samego wrażenia na osobach przestrzegających wyrafinowanych diet, niekoniecznie jednak okazujemy się znacznie mądrzejsi. Wyniki niedawnych badań sugerują, że po prostu zamieniliśmy stare „zakłęcia” na nowe. Uważa się, że ciasteczka Oreo z napisem „organiczne” mają mniej kalorii niż „zwykłe” Oreo, w związku z czym

lepiej się nadają do codziennego jedzenia²⁰. Być może tym razem mamy do czynienia z efektem ekologicznej aureoli — ponieważ jedzenie produktów organicznych nie tylko jest zdrowe, lecz także stanowi wyraz troski o naszą planetę. „Przyjazność dla środowiska” ciasteczek Oreo unieważniła wszystkie inne potencjalnie z nimi związane grzechy żywieniowe. Im bardziej proekologiczni byli konsumenci, w tym większym stopniu ignorowali kwestię kaloryczności ciasteczek i chętnie je zjadali na co dzień — podobnie jak osoby na diecie, które okazały się najbardziej podatne na efekt zdrowotnej aureoli po dodaniu sałaty do burgera. Im bliższa jest nam jakaś „cnota”, tym większe staje się ryzyko ignorowania przez nas tego, jak „cnotliwy” sposób dogadzania sobie zagraża naszym długofalowym celom.

POD MIKROSKOPEM: JAK SOBIE RADZISZ Z EFEKTEM AUREOLI?

Czy jeżeli chcesz sobie dogodzić, to najpierw skupiasz się na „najszlachetniejszej” cesze danej czynności? Czy istnieją jakieś słowa-zaklęcia, które odbierasz jako przyzwolenie na pogołgowanie sobie — na przykład: „Przy zakupie jednej sztuki drugą dostajesz gratis”, „Produkt naturalny”, „Niska zawartość tłuszczu”, „Fair trade”, „Wyrób ekologiczny” albo „Kupując ten produkt, wspierasz...”? W tym tygodniu sprawdź, czy potrafisz się przyłapać na tym, że poddajesz się działaniu efektu aureoli czegoś, co sprzeciwia się Twoim długofalowym celom.

KLIENTKA, KTÓRA OSZCZĘDZAJĄC, WYDAWAŁA CORAZ WIĘCEJ

Margaret, farmaceutka, która niedawno przeszła na emeryturę, była wprost uzależniona od zakupów w sklepach wyprzedażowych. Im tańszy był towar po obniżce, tym większej ekscytacji doświadczała kobieta. Pchając koszyk wzdłuż regałów sklepowych i ściągając z półek produkty

w ilościach prawie hurtowych, Margaret odczuwała satysfakcję z tego, że mogła korzystać z tylu okazjnych ofert. Papier toaletowy, płatki śniadaniowe, torebki na prezenty — nieważne co, ważne, że na przecenie. Wszystko w sklepie, od tablic i metek z wyraźnie obniżonymi cenami po podstawowe elementy wystroju wnętrza, zdawało się krzyzczyć: „Oszczędzasz pieniądze, jesteś prawdziwym wirtuozem robienia zakupów!”. Mimo to, kiedy Margaret spojrzała chłodnym okiem na rachunki ze swojej cotygodniowej wyprawy do sklepu wyprzedażowego, stało się jasne, że wydaje tam znacznie więcej niż kiedykolwiek w zwykłym spożywczym. Za każdym razem tak bardzo skupiała się na informacji: „Udało ci się zaoszczędzić tyle a tyle”, znajdując się na końcu rachunku, że przeoczała faktycznie wydawane kwoty. Margaret zdała sobie sprawę, że wraz z przekraczaniem progu wchodziła w sferę oddziaływania efektu aureoli sklepu wyprzedażowego. W konsekwencji kobieta czuła przyzwolenie na wydawanie pieniędzy bez poczucia winy i z ogromną radością sobie folgowała. Aby znaleźć sposób na wydotanie się z tej pułapki, Margaret zmieniła własną definicję słowa „oszczędzać”. Przestała je utożsamiać z samym tylko „robieniem zakupów po okazjnych cenach”, a zaczęła rozumieć jako „nieprzekraczanie określonego limitu wydatków *oraz* robienie zakupów po okazjnych cenach”. Kobieta wciąż odczuwała zadowolenie z tego, że oszczędza, ale blask oszczędności przestał zmieniać cotygodniowe sprawunki w zakupowe szaleństwo.

Gdy efekt aureoli staje na drodze realizacji Twojego wyzwania dla siły woli, staraj się znaleźć maksymalnie konkretną miarę (na przykład: liczbę kalorii, cenę, poświęcony albo zmarnowany czas) tego, czy dany wybór jest spójny z Twoim celem.

RYZIKO ZWIĄZANE Z POSTAWĄ PROEKOLOGICZNĄ

Ile razy proszono Cię o ocalenie naszej planety poprzez wykonanie jednego drobnego gestu — od zmiany żarówki po skorzystanie z siatki wielokrotnego użytku? Być może zaproponowano Ci nawet udział w procesie neutralizowania emisji dwutlenku węgla, czyli zapłacenie haraczu za (zbyt duże) zużycie energii. Na przykład: podróżni, którzy czują się winni z powodu wpływu, jaki wywiera na środowisko latanie w pierwszej klasie, mogą dodatkowo zapłacić linii lotniczej, aby zasiała drzewo w Ameryce Południowej.

Wszystkie tego rodzaju inicjatywy jako takie są korzystne dla środowiska. Co się jednak dzieje, jeżeli zmieniają one sposób, w jaki myślimy o samych sobie? Czy inicjatywy te przekonują nas, że faktycznie dbamy o naszą planetę, i motywują do przyjmowania postawy proekologicznej, kiedy tylko jest to możliwe? Czy tego rodzaju szlachetne wybory, które cały czas przypominają nam o naszych ekologicznych zasługach, mogłyby się okazać w ostatecznym rozrachunku szkodliwe dla środowiska?

Pierwszy raz się tym zaniepokoiłam, gdy opublikowano wyniki badania, które pokazało efekt racjonalizowania związany z przyjmowaniem postaw proekologicznych. Okazuje się, że samo przeglądanie strony internetowej, na której sprzedaje się towary ekologiczne (od baterii, które można ponownie ładować, po jogurty organiczne), sprawia ludzi w dobre samopoczucie. Samo deklarowanie postawy proekologicznej nie zawsze jednak przekłada się na szlachetne działania. We wspomnianym badaniu zauważono, że osoby, które zdecydowały się na zakup produktu ekologicznego, częściej oszukiwały później na teście,

w którym płacono za każdą poprawną odpowiedź, i kradły dodatkowe kwoty z koperty, z której miały pobrać swoją zapłatę. Z jakichś względów cnota zakupienia towarów ekologicznych uzasadniała grzechy kłamstwa i kradzieży²¹.

Nawet jeżeli nie wierzysz, że poprzez jeżdżenie priusem człowiek nie staje się kłamcąⁱⁱⁱ, wyniki tego badania wprowadzają w pewne zakłopotanie. Matthew J. Kotchen, ekonomista z Yale University, wyraził obawy, że drobne „proekologiczne” gesty zmniejszą poczucie winy zarówno u konsumentów, jak i firm, skutkując przyzwoleniem na szkodliwsze działania²². Możemy nie być obojętni na sprawy środowiska, ale zreformowanie własnego stylu życia wcale nie jest łatwe. Przytłaczające zdaje się już samo myślenie o ogromnej skali zmian klimatycznych czy niedoborów energii, jak również o tym, co trzeba zrobić, aby uniknąć globalnej katastrofy. Dlatego tak chętnie przystajemy na wszystko, co daje nam poczucie, że zrobiliśmy, co do nas należało — i zwalnia nas z obowiązku myślenia o danym problemie. Kiedy zaś tylko poczucie winy i niepokój znikają, bez mrugnienia okiem wracamy do naszego dotychczasowego nieekologicznego postępowania. Właśnie dlatego siatka wielokrotnego użytku może oznaczać przyzwo-

ⁱⁱⁱ Pamiętaj jednak, że może się stać gorszym kierowcą. Według pochodzącego z 2010 roku raportu, który sporządziła firma zajmująca się analizą warunków ubezpieczeń samochodowych, kierowcy samochodów o napędzie hybrydowym są uczestnikami większej liczby kolizji, dostają 65 procent więcej mandatów oraz prowadzą z prędkością o 25 procent większą niż kierowcy innych typów aut. Czy zjawisko to świadczy o ekologicznym efekcie aureoli, czy też o brawurowej jeździe? Trudno to rozstrzygnąć. Kiedy jednak obypujesz się pochwałami za swoje opyny ekologiczne, nie spuszczaaj oka z prędkościomierza.

lenie na większe zakupy, zasadzenie drzewa — na częstsze podróże, a żarówka energooszczędna — na zamieszkanie w większym domu, zużywającym więcej prądu.

Dobra wiadomość jest taka, że nie wszystkie działania proekologiczne przekładają się na niekontrolowane zużycie energii oraz lekkomyślną emisję dwutlenku węgla. Ekonomiści z University of Melbourne odkryli, że efekt samousprawiedliwienia pojawia się najczęściej wówczas, gdy ludzie muszą płacić jakąś „karę” za *złe* zachowanie²³. Na przykład: gdy uiszczają dodatkowe 2,5 dolara na posadzenie drzewa, aby zneutralizować środowiskowe konsekwencje zużywania energii elektrycznej przez swoje gospodarstwo domowe, wówczas zostają uwolnieni od ekologicznego poczucia winy i rośnie prawdopodobieństwo, że postrakują to jako przyzwolenie na konsumpcję jeszcze większych ilości prądu. Podobny efekt zaobserwowano w związku z innymi „szlachetnymi” strategiami. Na przykład: w placówkach dziennej opieki, które pobierają od rodziców dodatkowe opłaty za to, że dzieci mogą zostać dłużej, obserwuje się *wzrost* liczby rodziców przyjeżdżających po dzieci w późniejszych godzinach — w ten sposób rodzice „kupują” sobie prawo, aby się spóźniać, a uwalniają się od poczucia winy. Ponieważ zaś większość z nas jest gotowa trochę zapłacić, aby ułatwić sobie życie, tego rodzaju programy stają się naszymi przyzwoleniami na obarczenie odpowiedzialnością kogoś innego.

Gdy jednak ludzie mają możliwość zapłacić za coś, co pozwala *zastąpić szkodliwe działanie* jakimś dobrym oddziaływaniem na środowisko — na przykład mogą dodać 10 procent do rachunku za prąd, aby korzystać z odnawialnych źródeł energii — efekt racjonalizowania się nie pojawia. Dlaczego? Ekonomiści przypuszczają, że tego rodzaju działanie proekologiczne nie tyle zmniejsza poczucie winy konsumenta,

ile wzmacnia u niego poczucie zaangażowania w ochronę środowiska. Kiedy płacimy więcej, aby korzystać ze źródeł energii słonecznej lub wiatrowej, myślimy o sobie: „Jestem człowiekiem, który dba o naszą planetę!”. Następnie przyswajamy sobie tę tożsamość i zaczynamy szukać kolejnych sposobów, aby żyć zgodnie z wyznawanymi wartościami i osiągać związane z nimi cele. Jeżeli chcemy zaszczipać proekologiczną postawę u innych ludzi, mądrze byłoby kłaść większy nacisk na wzmacnianie tożsamości, która się troszczy o środowisko, mniejszy zaś na stwarzanie możliwości kupowania prawa do topienia lodowców.

Obserwacje te dotyczą wprowadzania w życie każdego rodzaju pozytywnych zmian — w tym sposobów, w jakie staramy się motywować samych siebie. Chcemy się przecież czuć jak człowiek, który pragnie postąpić właściwie. W tym kontekście efekt racjonalizowania okazuje się więc pewnym przejawem kryzysu tożsamości. Nagradzać samych siebie za dobre zachowanie możemy bowiem tylko wtedy, gdy uważamy, że *naszym prawdziwym „ja”* jest to, które chce być złe. Z tego punktu widzenia każdy akt samokontroli stanowi karę, a folgowanie sobie — nagrodę. Dlaczego jednak mamy postrzegać samych siebie w taki sposób? Jeżeli chcemy wyjść poza teren pełny pułapek, które wiążą się z samousprawiedliwianiem, musimy uznać, że *naszym prawdziwym „ja”* jest to, które chce być najlepszą wersją nas — „ja”, które chce żyć zgodnie z naszymi najwyższymi wartościami. Dopiero wtedy przestaniemy się utożsamiać z „ja” impulsywnym, leniwym czy podatnym na pokusy. Przestaniemy też postępować jak ktoś, kogo należy przekupywać, oszukiwać czy zmuszać, aby dążył do własnych celów, i kogo trzeba nagradzać za to, że podjął jakikolwiek wysiłek.

POD MIKROSKOPEM: ZA KOGO SIĘ MASZ?

Kiedy myślisz o swoim wyzwaniu dla siły woli, którą część siebie uważasz za bliższą „prawdziwemu ja” — tę, która pragnie osiągnąć cel, czy tę, która wymaga ciągłej kontroli? Czy w większym stopniu identyfikujesz się z własnymi impulsami oraz chętkami, czy z długofalowymi celami i wyższymi wartościami? Czy myśląc o swoim wyzwaniu dla siły woli, czujesz się jak osoba, która ma szansę odnieść sukces, czy raczej masz potrzebę tłumienia, doskonalenia lub radykalnej zmiany człowieka, jakim jesteś?

NA KONIEC TEGO ROZDZIAŁU

W ramach dążenia do lepszej samokontroli błędem jest ujmowanie każdego wyzwania dla siły woli w kategoriach moralnych. Nazbyt łatwo chwalimy samych siebie za dobre uczynki, które faktycznie zrobiliśmy, jak również o których tylko pomyśleliśmy; nazbyt łatwo też przychodzą nam usprawiedliwianie się i kapitulacja. Jeżeli będziemy myśleć w kategoriach „dobre” i „złe”, zamiast pamiętać, czego tak naprawdę pragniemy, to kategorie te będą wyzwalać w nas sprzeczne impulsy oraz sankcjonować szkodliwe dla nas zachowania. Aby zmiana, jaką wprowadzamy, okazała się trwała, musimy się zidentyfikować z zamierzonym celem, a nie z blaskiem aureoli, którą otrzymujemy za to, że jesteśmy dobrzy.

PODSUMOWANIE ROZDZIAŁU

Omawiana koncepcja: jeżeli traktujemy wyzwania dla siły woli jako miary moralnej wartości, „dobre” zachowanie staje się przyzwoleniem dla nas, aby postępować „źle”. Chcąc doskonalić samokontrolę, musimy zapomnieć o szlachetności, a skupić się na własnych celach i wartościach.

Pod mikroskopem

- *Cnota i występki.* Czy mówisz sobie, że jesteś „dobrym” człowiekiem, kiedy udaje Ci się odnieść sukces w pracy nad wyzwaniem dla siły woli, i wykorzystujesz to zachowanie jako pretekst do pozwolenia sobie na coś „złego”?
- *Kredyt dziś, spłata jutro.* Czy mówisz sobie, że dzisiejsze zachowanie zrekompensujesz jutro? Jeśli tak, jakie wywołuje to skutki?
- *Jak sobie radzisz z efektem aureoli?* Czy usprawiedliwiasz występki za pomocą jednego elementu cnotliwego (na przykład: ponieważ coś zostało przeceńnione i pozwala zaoszczędzić, ponieważ produkt jest beztłuszczowy, ponieważ w dany sposób chronisz środowisko)?
- *Za kogo się masz?* Kiedy myślisz o swoim wyzwaniu dla siły woli, którą część siebie uważasz za bliższą „prawdziwemu ja” — tę, która pragnie osiągnąć cel, czy tę, która wymaga ciągłej kontroli?

Eksperyment nad siłą woli

- *Jeśli chcesz unieważnić przyzwolenie, to przypomnij sobie o motywach swoich działań.* Następnym razem, kiedy się przyłapiesz na tym, że wykorzystujesz wcześniejsze „dobre” zachowanie jako przyzwolenie na to, aby sobie dogodzić, zatrzymaj się i pomyśl o motywach tamtej postawy, a nie o tym, czy zasługujesz na nagrodę.
- *Jutro to dziś.* W ramach swojego wyzwania dla siły woli próbuj dzień po dniu zredukować częstotliwość danego zachowania.

¹ B. Monin, D.T. Miller, *Moral Credentials and the Expression of Prejudice*, „Journal of Personality and Social Psychology” 2001, nr 81, s. 33 – 43.

² A. Fishbach, R. Dhar, *Goals as Excuses or Guides. The Liberating Effect of Perceived Goal Progress on Choice*, „Journal of Consumer Research” 2005, nr 32, s. 370 – 377. Zob. też: A. Fishbach, Y. Zhang, *Together or Apart. When Goals and Temptations Complement Versus Compete*, „Journal of Personality and Social Psychology” 2008, nr 94, s. 547 – 559.

³ S. Sachdeva, R. Iliev, D.L. Medin, *Sinning Saints and Saintly Sinners*, „Psychological Science” 2009, nr 20, s. 523 – 528.

⁴ D.G. Mick, M. Demoss, *Self-Gifts. Phenomenological Insights from Four Contexts*, „Journal of Consumer Research” 1990, nr 17, s. 322 – 332.

⁵ A. Mukhopadhyay, G.V. Johar, *Indulgence as Self-Reward for Prior Shopping Restraint. A Justification-Based Mechanism*, „Journal of Consumer Psychology” 2009, nr 19, s. 334 – 345.

⁶ U. Khan, R. Dhar, *Licensing Effect in Consumer Choice*, „Journal of Marketing Research” 2006, nr 43, s. 259 – 266.

⁷ J. Haidt, *The Emotional Dog and Its Rational Tail. A Social Intuitionist Approach to Moral Judgment*, „Psychological Review” 2011, nr 108, s. 814 – 834.

⁸ A. Fishbach, R. Dhar, *Goals as Excuses or Guides. The Liberating Effect of Perceived Goal Progress on Choice*, „Journal of Consumer Research” 2005, nr 32, s. 370 – 377.

⁹ A. Fishbach, R. Dhar, *Goals as Excuses or Guides. The Liberating Effect of Perceived Goal Progress on Choice*, „Journal of Consumer Research” 2005, nr 32, s. 370 – 377. Zob. też: A. Fishbach, R. Dhar, Y. Zhang, *Subgoals as Substitutes or Complements. The Role of Goal Accessibility*, „Journal of Personality and Social Psychology” 2006, nr 91, s. 232 – 242.

¹⁰ A. Mukhopadhyay, J. Sengupta, S. Ramanathan, *Recalling Past Temptations. An Information-Processing Perspective on the Dynamics of Self-Control*, „Journal of Consumer Research” 2008, nr 35, s. 586 – 599.

¹¹ A. Fishbach, R. Dhar, *Goals as Excuses or Guides. The Liberating Effect of Perceived Goal Progress on Choice*, „Journal of Consumer Research” 2005, nr 32, s. 370 – 377.

¹² K. Wilcox, B. Vallen, L. Block, G.J. Fitzsimons, *Vicarious Goal Fulfillment. When the Mere Presence of a Healthy Option Leads to an Ironically Indulgent Decision*, „Journal of Consumer Research” 2009, nr 36, s. 380 – 393.

¹³ U. Khan, R. Dhar, *Where There Is a Way, Is There a Will? The Effect of Future Choices on Self-Control*, „Journal of Experimental Psychology” 2007, nr 136, s. 277 – 288.

¹⁴ G. Zauberman, J.J.G. Lynch, *Resource Slack and Propensity to Discount Delayed Investments of Time Versus Money*, „Journal of Experimental Psychology” 2005, nr 134, s. 23 – 37.

¹⁵ R.J. Tanner, K.A. Carlson, *Unrealistically Optimistic Consumers. A Selective Hypothesis Testing Account for Optimism in Predictions of Future Behavior*, „Journal of Consumer Research” 2009, nr 35, s. 810 – 822.

¹⁶ H. Rachlin, *The Science of Self-Control*, Harvard University Press, Cambridge 2000, s. 126 – 127.

¹⁷ P. Chandon, B. Wansink, *The Biasing Health Halos of Fast-Food Restaurant Health Claims. Lower Calorie Estimates and Higher Side-Dish Consumption Intentions*, „Journal of Consumer Research” 2007, nr 34, s. 301 – 314.

¹⁸ A. Chernov, *The Dieter's Paradox*, „Journal of Consumer Psychology” (w 2011 r. w druku).

¹⁹ A. Mukhopadhyay, G.V. Johar, *Indulgence as Self-Reward for Prior Shopping Restraint. A Justification-Based Mechanism*, „Journal of Consumer Psychology” 2009, nr 19, s. 334 – 345.

²⁰ J.P. Schuldt, N. Schwarz, *The „Organic” Path to Obesity? Organic Claims Influence Calorie Judgments and Exercise Recommendations*, „Judgment and Decision Making” 2010, nr 5, s. 144 – 150.

²¹ N. Mazar, C.B. Zhong, *Do Green Products Make Us Better People?*, „Psychological Science” 2010, nr 21, s. 494 – 498.

²² M.J. Kotchen, *Offsetting Green Guilt*, „Stanford Social Innovation Review” 2009, nr 7, s. 26 – 31.

²³ J.S. Gans, V. Groves, *Carbon Offset Provision with Guilt-Ridden Consumers*, „Social Science Research Network” [online, dostęp: 4 listopada 2013 r.], http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=969494.

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA



Helion SA

Co zrobić, gdy Twoim największym wrogiem jesteś... Ty?

Zanim sięgniesz po tę książkę, zastanów się: ile razy w życiu udało Ci się storpedować własne ambitne plany? Nadal jesz za dużo słodczy, chociaż codziennie obiecujesz sobie: „Od jutra to rzucam”? Wciąż palisz, mimo że wiesz, jakie to dla Ciebie szkodliwe? Nie uczęszczasz na kurs angielskiego, choć w pełni rozumiesz, że zamykasz przed sobą drogę do awansu? Wiesz, dlaczego robisz sobie krzywdę? Brakuje Ci siły woli, prawda? Ten problem dotyczy wszystkich — w mniejszym lub większym stopniu. Wiemy, że powinniśmy kontrolować w zasadzie każdą dziedzinę swojego życia: poczynwszy od tego, co jemy, a skończywszy na tym, co robimy, mówimy, kupujemy. A jednak poddajemy się i nie doprowadzamy spraw do takiego finału, jakiego byśmy pragnęli.

Ta książka powstała na podstawie kursu pod nazwą *The Science of Willpower*, prowadzonego w ramach programu kształcenia ustawicznego na Uniwersytecie Stanforda. Na ten kurs Kelly McGonigal zaprasza wszystkich chętnych i z roku na rok uczestniczy w nim coraz więcej słuchaczy. Poznają oni wyniki najnowszych badań naukowych dotyczących samokontroli w takich dziedzinach jak psychologia, ekonomia, neurologia, medycyna. Kurs uczy, jak uwalniać się od dotychczasowych nawyków i kształtować zdrowe przyzwyczajenia, jak pokonywać skłonność do odkładania wszystkiego na później, jak rozwijać umiejętność koncentracji, jak zarządzać stresem; pozwala także zrozumieć, dlaczego ulegamy pokusom, i odkryć, jak można się im oprzeć. Poza treściami przekazywanymi kursantom niniejsza książka zawiera najciekawsze badania i ćwiczenia praktyczne wykorzystywane w ramach zajęć, a także najnowsze odkrycia i mądre spostrzeżenia setek uczestników szkolenia.

one
press

OSOBOWOŚĆ ODNOWA

(Nr katalogowy: 18062)



Księgarnia internetowa:
<http://sensus.pl>



Zamówienia telefoniczne:
0 801 339900



0 601 339900

sensus

Sprawdź najnowsze promocje:
● <http://sensus.pl/promocje>
Książki najchętniej czytane:
● <http://sensus.pl/bestsellery>
Zamów informacje o nowościach:
● <http://sensus.pl/novowosci>

Helton SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
e-mail: sensus@sensus.pl
<http://sensus.pl>

cena: 44,90 zł

ISBN 978-83-246-8279-9



9 788324 682799