గినప్పుడు... వారి సూచనలకు విరుద్ధమైన నిర్ణయం తీసుకోవడం కూడా తరచూ జరిగేదే.

అలసిన వేళ ఆలోచన

కిలోమీటర్ల కొద్దీ నడిస్తే కాళ్లు మొద్దుబారిపోతాయి. గంటల కొద్దీ చదివితే కళ్లు నొప్పులు పెడతాయి. మరి మెదడు? అది కూడా ఓ అవయవమే కదా! నిరంతరం ఆలోచిస్తూ ఉంటే, నిర్ణయం తీసుకోవడంలోనే గంటల తరబడి గడిపేస్తూ ఉంటే... మెదడు కూడా అలసిపోతుంది. దీనికే డెసిషన్ ఫెటిగ్ (Decision Fatigue) అని పేరు. జీవితం సాదాసీదాగా గడిచిపోయే రోజుల్లో ఈ డెసిషన్ ఫెటిగ్ వల్ల పెద్దగా నష్టం ఉండేది కాదు. కానీ ఇప్పటి జీవనశైలి వేరు. కెరీర్ పరుగులో ఎన్నో నిర్ణయాలు తీసుకోవాలి. వస్తువినిమయ ప్రపంచంలో ప్రతి కొనుగోలు కోసం ఎంతో ఆలోచించాలి. ఈ పరిస్థితి మన డెసిషన్ ఫెటిగ్‌కు దారితీస్తుంది. ఉదాహరణకు ఓ సూపర్ మార్కెట్లోకి టీపొడి కోసం అడుగుపెడితే... అక్కడ ఉండే వేలాది ఉత్పత్తులు మనల్ని ఆకర్షించే ప్రయత్నం చేస్తాయి. డిస్కౌంటుతో, సరికొత్త ప్యాక్‌లతో, వన్ ప్లస్ వన్ ఆఫర్లతో... ప్రతీ ఉత్పత్తీ మనల్ని ఊరిస్తుంది. మనసు వాటిని కొనమంటే, మెదడు ఆ నిర్ణయాన్ని తిరస్కరిస్తుంది. ఇలా అడుగడుగునా మనకు తెలియకుండానే, ఓ చిన్నపాటి యుద్ధమే జరుగుతుంది. మెదడు అలసిపోయి, సరైన నిర్ణయాన్ని తీసుకునే సామర్థ్యం కోల్పోతుంది. ఫలితం– టీపొడి కోసం వెళ్లినవాళ్లం కాస్తా బస్తా సామగ్రితో బయటపడతాం. డెసిషన్ ఫెటిగ్‌కు సూపర్ మార్కెట్ ఓ ఉదాహరణ మాత్రమే. బోర్డ్ మీటింగ్ నుంచి, న్యాయస్థానాల వరకు అన్నిచోట్లా ఈ ప్రభావం ఉంటుందని చెబుతున్నారు. తెలివైనవారిగా పేరుపొందిన పారిశ్రామికవేత్తల నుంచి కష్టపడి ఎదిగిన సెలెబ్రిటీల వరకు... కొన్ని చిత్రమైన నిర్ణయాలతో తమ కెరీర్ నాశనం చేసుకోవడానికి ఓ ముఖ్య కారణం ఈ డెసిషన్ ఫెటిగ్ అంటారు. దీన్ని అధిగమించే మార్గం ఉంది.

- మన ప్రాధాన్యాలను ముందుగానే నిర్ణయించుకుని, వాటికి కట్టుబడి ఉండటం.
- నిర్ణయం తీసుకోలేకపోతున్నాం అని గ్రహించినప్పుడు, కాసేపు విరామం తీసుకోవడం.
- మనసు ప్రశాంత స్థితిలో ఉండే ఉదయపు వేళల్లో ముఖ్యమైన నిర్ణయాలు తీసుకోవడం.
- చాలామంది ప్రతి విషయంలోనూ తాత్సారం చేస్తుంటారు. ఏ టిఫిన్ తినాలి, ఏ చొక్కా వేసుకోవాలి, స్నేహితుడికి ఫోన్ చేయాలా వద్దా, టీ తాగాలా వద్దా లాంటి విషయాల్లోనూ తెగ ఆలోచించేస్తుంటారు. ఫలితం! ముఖ్యమైన నిర్ణయాల దగ్గరికి వచ్చేసరికి మెదడు అలసిపోతుంది.
- అనాలసిస్ పెరాలసిస్‌లో చెప్పుకొన్నట్టుగా సమస్యకు మించిన సమాచారం, అవసరానికి మించిన విశ్లేషణ... మెదడును నీరసింపచేస్తాయి.
- రణగొణధ్వనులు, అనారోగ్యం, మత్తు, చిరాకు, గొడవ, ట్రాఫిక్... లాంటివన్నీ డెసిషన్ ఫెటిగ్ కలిగించేవే. ముఖ్యమైన నిర్ణయం తీసుకోవాలి అనుకున్నప్పుడు వీటికి దూరంగా ఉన్న పరిస్థితులను ఎంచుకోవాలి.

కాగ్నిటివ్ బయాస్

సరైన నిర్ణయం తీసుకునేందుకు తగిన సమాచారం చేతిలో ఉంటుంది. ప్రత్యామ్నాయాలూ సిద్ధంగా ఉంటాయి. ఫలితాల మీదా స్పష్టత ఉంది. ఇక్కడే అసలైన చిక్కు వస్తుంది. ఏ మనిషికైనా కొన్ని అభిప్రాయాలు, అనుమానాలు ఉంటాయి. అవన్నీ అతని నిర్ణయాన్ని తప్పకుండా ప్రభావితం చేస్తాయి. వీటినే కాగ్నిటివ్ బయాస్ అంటారు. మనస్తత్వ శాస్త్రం ఇందులో వందలాది రకాలను పేర్కొంటుంది. తన దృక్కోణం నుంచి మాత్రమే ఆలోచించే ఇగోసెంట్రిక్ బయాస్, ఒకే సమాచారాన్ని రకరకాలుగా విశ్లేషించే ఫ్రేమింగ్ ఎఫెక్ట్, తనను తాను తక్కువగానో ఎక్కువగానో అంచనా వేసుకునే డన్నింగ్ క్రూగర్ ఎఫెక్ట్, సమాచారంలోని ఏదో ఒక అంశానికి అతిగా ప్రాధాన్యమిచ్చే యాంకరింగ్ బయాస్... ఇలా సవాలక్ష ధోరణులు మనకు తెలియకుండానే మన నిర్ణయాధికారాన్ని శాసిస్తాయి.

మెదడుపైనా ప్రభావం..

నచ్చిన కారును ఎంచుకోవడంలోని ఆనందం, నచ్చిన బిస్కెట్‌ను కొనుక్కుని తినడంలోని ఆనందమూ దాదాపుగా సమానమే. కాకపోతే ఒక ఆనందం విలువ పది లక్షలు, మరో ఆనందం విలువ పది రూపాయలు. అందువల్ల ఖరీదైన షాపింగ్ తోనే బ్రహ్మాండమైన ఆనందం సొంతం అవుతుందని అనుకోవడం అపోహే. కాబట్టి మనకు సంతృప్తిని, సంతోషాన్ని ఇచ్చే నిర్ణయాల విషయంలో స్పష్టత కనుక ఉంటే.. నిరాడంబర జీవితంతోనే.. మహదానందాన్ని ఆస్వాదించవచ్చు. స్విట్జర్లాండ్ టూర్ వెళ్లాల్సిన పన్లేదు, డాబా మీద నిలబడి సూర్యోదయ సూర్యాస్తమయాల్ని తిలకిస్తూ కూడా గొప్ప అనుభూతిని పొందవచ్చు.

జామ్ థియరీ

'ఆర్ట్ ఆఫ్ చూజింగ్' రచయిత్రి షీనా అయ్యర్ ఎంపిక కళకు శాస్త్ర ప్రతిపత్తి తీసుకొచ్చారు. ఎంత తక్కువ చాయిస్ ఉంటే అంత బలమైన నిర్ణయం తీసుకోగలమని అంటారామె. ఆపిల్ విజయ రహస్యమూ ఇదే. ఆ సంస్థ కుప్పలకొద్దీ మోడల్స్‌తో ఉక్కిరిబిక్కిరి చేయదు. రంగుల ఎంపికలోనూ అతికొద్ది ఆప్షన్లే. దేన్ని ఎంచుకోవాలి అనే విషయంలో కొనుగోలుదారుడు పెద్దగా తర్జనభర్జన పడాల్సిన పని ఉండదు. ఇదే సందర్భంలో షీనా ఓ పండ్ల జామ్ దుకాణాన్ని ఉదాహరణగా తీసుకున్నారు. ఓ షాప్‌లో పాతికరకాల జామ్‌లను కస్టమర్లకు ఉచితంగా రుచి చూపిస్తారు. ఇంకో దుకాణంలో నాలుగైదు రుచులనే పరిచయం చేస్తారు. అంతిమంగా కస్టమర్లు నాలుగైదు జామ్‌లను రుచి చూపించిన దగ్గరే షాపింగ్ చేస్తారు. కారణం, ఇక్కడ చాయిస్ తక్కువ. స్పష్టత ఎక్కువ. మనమూ అంతే. ఏ ప్యారడైజ్‌కో వెళ్లినప్పుడు.. రెండో ఆలోచన లేకుండా బిర్యానీ ఆర్డర్ చేస్తాం. అదే ఉడుపి హోటల్‌కు వెళ్తే.. ఇడ్లీ సాంబార్ నుంచి బిసిబేళాబాత్ వరకు రకరకాల రుచులు. ఓ నిర్ణయానికి రావడానికి చాలా సమయం తీసుకుంటాం. ఒకటికి పదిసార్లు మెనూ తిరగేస్తాం.