

# Niềm tin của con người đối với người lạ

Dương Thị Minh Phượng, Nguyễn Minh Hoàng

12-02-2024

\* \* \*

Khi chúng ta còn trẻ, lời khuyên phổ biến từ cha mẹ thường là "Đừng tin người lạ". Và ở những tình huống khác, họ cũng hay động viên sự tự tin của chúng ta bằng cách nhắc nhở: "Hãy tin vào bản thân mình". Tuy nhiên, khi đối diện với người nào đó có vẻ ngoài giống chúng ta ngay từ cái nhìn đầu tiên, liệu chúng ta có tin tưởng họ không?



Hình minh họa bởi Videoplasty.com (CC BY-SA 4.0);

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Hand\\_Gesture\\_-\\_Hand\\_Shake\\_Vector.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Hand_Gesture_-_Hand_Shake_Vector.svg)

Câu hỏi này đã được hai nhà nghiên cứu Nhật Bản từ Đại học Osaka, Tamami Nakano và Takuto Yamamoto trả lời thông qua một nghiên cứu được công bố trên tạp chí *Humanities and Social Sciences Communications* (Nature Portfolio). Các nhà nghiên cứu đã phát hiện ra rằng sự giống nhau giữa một người lạ với bản thân mình có tác động đáng kể đến cảm giác tin tưởng lẫn nhau [1].

Cuộc thử nghiệm bao gồm hai nhóm người. Nhóm đầu tiên gồm 200 sinh viên Đại học Nhật Bản (một nửa nam và một nửa nữ, từ 19-24 tuổi) đã được chụp ảnh khuôn mặt, và sau đó, 30 sinh viên khác (một nửa nam và một nửa nữ, từ 19-24 tuổi) đã tiến hành đánh giá sự tin

cây dựa trên ảnh khuôn mặt của họ. Kết quả cho thấy rằng sự tương đồng về khuôn mặt ảnh hưởng lớn đến đánh giá về độ tin cậy, đặc biệt là khi cả hai đều là cùng giới.

Kết quả này có thể được giải thích rõ hơn thông qua cơ chế tự bảo vệ, một phần của cơ chế mindsponge [2]. Quá trình quan sát là quá trình hấp thụ thông tin, trong khi sự tin tưởng có thể được xem là một thuộc tính phản ánh niềm tin của chúng ta vào độ đáng tin cậy của nguồn thông tin. Trong quá trình hấp thụ thông tin, thông tin mới được đánh giá bởi "bộ lọc tin cậy", một tham chiếu đặc biệt xuất phát từ tâm trí dựa trên các giá trị đã được chấp nhận trước đó [3]. Trong trường hợp thông tin mới tương tự với thông tin đã tồn tại trong tâm trí chúng ta, sự ưu tiên sẽ được kích hoạt để thông tin mới có thể được chấp nhận vào tâm trí mà không cần phải thông qua quá trình đánh giá một cách có ý thức, vì thông tin đó được coi là đã được đánh giá trước đó. Nếu không, thông tin mới sẽ phải trải qua quá trình lọc nghiêm ngặt của tâm trí, làm cho một người cảm thấy bớt tin tưởng người lạ có khuôn mặt không giống họ.

Giải thích trên dựa trên giả định rằng chúng ta đã có lòng tin vào bản thân và các đặc điểm khác liên quan, bao gồm cả ngoại hình. Tuy nhiên, nếu chúng ta không tin vào bản thân, liệu chúng ta có thể không tin tưởng vào ai đó (giống chúng ta) ngay từ cái nhìn đầu tiên không? Hoặc, nếu chúng ta tin tưởng vào ai đó hơn cả bản thân, liệu chúng ta có các thước đo khác về sự tin cậy ngoài bản thân không?

Đúng vậy, những câu hỏi này có vẻ hơi kì lạ, nhưng đó là những câu hỏi thực sự hấp dẫn và đáng để khám phá thêm trong tương lai!

## References

[1] Nakano T, Yamamoto T. (2022). You trust a face like yours. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9, 226. <https://www.nature.com/articles/s41599-022-01248-8>

[2] Vuong QH, Nguyen MH, La VP. (2022). *The mindsponge and BMF analytics for innovative thinking in social sciences and humanities*. Walter de Gruyter GmbH. [https://www.google.com.vn/books/edition/The\\_mindsponge\\_and\\_BMF\\_analytics\\_for\\_inn/EGeEEAAAQBAJ](https://www.google.com.vn/books/edition/The_mindsponge_and_BMF_analytics_for_inn/EGeEEAAAQBAJ)

[3] Vuong QH. (2023). *Mindsponge Theory*. Walter de Gruyter GmbH. [https://www.google.com.vn/books/edition/Mindsponge\\_Theory/OSiGEAAAQBAJ](https://www.google.com.vn/books/edition/Mindsponge_Theory/OSiGEAAAQBAJ)