

uống cà phê trông sang trọng hơn thì người uống sẽ cảm thấy cà phê ngon hơn.

Vì vậy, khi chúng ta tin rằng một cái gì đó tốt, thì nó sẽ tốt – và khi chúng ta nghĩ nó tệ thì nó sẽ tệ. Nhưng sự ảnh hưởng này sâu sắc đến mức nào? Liệu chúng chỉ thay đổi niềm tin của chúng ta hay chúng thay đổi cả trải nghiệm? Nói cách khác, liệu sự hiểu biết trước đó có thay đổi hoạt động của thần kinh làm nền tảng cho cảm nhận về hương vị không, để khi chúng ta mong đợi cái gì đó có hương vị ngon (hay không ngon), thì nó sẽ thật sự có hương vị như vậy?

Để kiểm chứng khả năng này, tôi, Leonard và Shane lại sử dụng bia để làm thí nghiệm một lần nữa, nhưng với một thay đổi quan trọng. Chúng tôi đã thử nghiệm bia hơi MIT theo hai cách – nói cho những người tham gia thí nghiệm về sự có mặt của giấm thơm trong bia trước khi họ uống thử bia và cách thứ hai là không nói gì cả. Nhưng giả sử ban đầu chúng tôi không nói cho họ biết về sự có mặt của giấm thơm trong bia, sau đó mời họ nếm thử bia và bắt mí cho họ biết rằng loại bia họ vừa uống có pha thêm giấm thơm rồi hỏi về cảm nhận của họ. Liệu phản ứng chúng ta nhận được từ họ có khác với những người tham gia đã biết trước khi trải nghiệm?

Chúng ta chuyển từ bia sang một ví dụ khác trong giây lát. Giả sử bạn nghe nói có một loại xe thể thao chạy rất thích, bạn đi thử và sau đó nói lên ấn tượng của mình về chiếc xe. Liệu ấn tượng của bạn có khác với những người không rành về xe thể thao đi thử xe, rồi sau đó nghe nói