

Magdalena Smaś-Myszczyżyn

Certyfikowany specjalista terapii uzależnień, superwizor KBPN, kierownik Centrum Zdrowia Psychicznego w Głogowskim Szpitalu Powiatowym, psychoterapeuta w Wielkopolskim Instytucie Psychoterapii w Poznaniu, prezes Głogowskiego Stowarzyszenia Terapii Uzależnień i Ochrony Zdrowia Psychicznego

Heurystyki i błędy poznawcze jako podstawowe elementy pracy z hazardzistami

Psychologia poznawcza mówi o hazardzie jako sposobie przetwarzania informacji i podejmowania decyzji w warunkach ryzyka i niepewności. Jednym z głównych pojęć używanych w psychologii poznawczej w kontekście hazardu jest pojęcie heurystyki.

Heurystyka to, mówiąc ogólnie, uproszczone reguły wnioskowania. Heurystyką nazywamy nieformalne i intuicyjne strategie poznawcze, których używają ludzie zwłaszcza w niezmiennych sytuacjach (zazwyczaj sprawdzają się). Ich wadą jest duża zawodność w sytuacjach nowych i nietypowych¹. Zostały one po raz pierwszy nazwane i opisane przez Amosa Tversky'ego i Daniela Kahnemana w stworzonej przez nich w 1979 roku teorii perspektywy.

Główne heurystyki, którymi posługują się gracze, to: heurystyka dostępności, reprezentatywności, pozornych korelacji oraz iluzji kontroli. Według tej teorii ludzie, podejmując decyzje, nie kierują się racjonalnymi przesłankami ani normami. Zgodnie z tym, co twierdzą Tversky i Kahneman, „strata boli bardziej niż zysk cieszy”. Przyczyną tego sposobu działania jest presja czasu oraz ilość i złożoność informacji. Nicholas Barberis, Andrei Shleifer i Robert Vishny tłumaczą to sentymentem nad- i subreaktywności w stosunku do pojawiających się informacji. W sytuacji hazardu można to wytłumaczyć następująco: osoba grająca przy maszynie wygrywa kilka razy z rzędu, co powoduje, że osoby ją obserwujące mogą być bardzo optymistyczni wobec przyszłych wygranych tej osoby. Takie zachowanie będziemy nazywać nadreaktywnością na nowe informacje (czyli obserwowane zachowanie), a co za tym idzie – przeceniać znaczenie wygranych gracza.

O subreaktywności będziemy mówić wówczas, gdy nie doceniamy nowych informacji, np. gracz od jakiegoś czasu przegrywa, więc

osoby obserwujące go z zewnątrz będą zakładać kolejną przegraną przy najbliższym obstawieniu. To, co jest związane z sentymentem sub- i nadreaktywności, to strategia stosowana zarówno przez graczy giełdowych, jak i osoby uprawiające inne rodzaje hazardu, zwana „momentum”. Momentum oznacza przecenianie znaczenia informacji, którymi dysponujemy w trakcie podejmowania decyzji. Kwestią, która nadal pozostaje do wyjaśnienia, jest to, od czego zależy wybór strategii oceny posiadanych informacji. Dale Griffin i Amos Tversky twierdzą, że „w formułowanych przez ludzi sądach przeważa nadmierna pewność siebie, gdy siła odbieranej przez nich informacji jest duża, a jej waga mała, natomiast brak pewności siebie występuje wtedy, gdy siła informacji jest mała, nawet gdy waga tej informacji jest duża. Siła informacji rozumiana jest jako jej spektakularność, natomiast waga informacji ma związek z wielkością próby, której informacja dotyczy”². Teoria ta to jeden z proponowanych sposobów wyjaśnienia, dlaczego ludzie przeszacowują swoje szanse na wygrane w stosunku do przegranych.

Złudzenie kontroli

Inny sposób tłumaczenia tego fenomenu to zjawisko nadmiernej pewności siebie i złudzenie kontroli. Zjawisko to polega na tym, że ludzie są nadmiernie pewni swojej wiedzy i umiejętności, zwłaszcza w sytuacjach, gdy „osiągają szybki sukces w nowej dla siebie dziedzinie”³. Ludzie mają tendencję do

myślenia, że wraz ze wzrostem posiadanych informacji wzrasta precyzja podejmowanych decyzji. Jest to związane z tym, że nie doceniają procesów losowych i w niezależnych od siebie zjawiskach poszukują zależności przyczynowo-skutkowych. W związku z tym gracze przewidują przyszłe wyniki gier losowych na podstawie dotychczasowych wyników. Z pewnością siebie dotyczącą typowania wyników związane jest zjawisko złudzenia kontroli. Ellen Langer „zdefiniowała złudzenie kontroli jako subiektywne przeświadczenie jednostki, że szansa odniesienia przez nią sukcesu jest niewspółmiernie wysoka w stosunku do rzeczywistego prawdopodobieństwa. Langer zauważyła między innymi fakt, że gracze w kości zachowują się w taki sposób, jakby byli w stanie wpływać na wynik poszczególnych rzutów. Starają się rzucać delikatnie, jeśli pożądana jest mała liczba oczek, natomiast przykładają większą siłę wtedy, gdy chcą, by wypadła duża liczba oczek. Badane osoby wołały obstawiać wyniki przyszłych rzutów, niż zgadywać, ile wypadło w poprzednim rzucie”⁴. Podobne badania przeprowadzili Amos Tversky i Chip Heath. Wyniki tych badań wskazują, że 70% osób badanych woli typować wyniki przyszłych cen akcji niż wyniki wczorajszych cen akcji. Badania te pokazują, jak ludziom wydaje się, że mają magiczną moc w przewidywaniu przyszłych zdarzeń i kontrolę nad ich przebiegiem.

Idąc dalej za Tversky’em i Heathem, możemy wyróżnić pięć czynników wzmacniających poczucie kontroli w sytuacji ryzyka. Są to: wybór, sekwencja wyników, znajomość problemu, informacja i zaangażowanie.

1. Wybór polega na tym, że jeśli ludzie sami go dokonują, wówczas mają poczucie większego wpływu na przebieg zdarzeń, np. prof. Robert Ladouceur przeprowadził badania, w których uczestniczyły dwie grupy. Pierwszym elementem tego zadania było kupno losu o wartości jednego dolara. Różnica między grupami polegała na tym, że pierwsza grupa, kupując los, dostawała go od badacza, natomiast druga grupa mogła go sama wylo-



Fot. Katarzyna Kulcsza

sować. Następnie po upływie jednego tygodnia zadaniem badaczy było odkupienie losu od grupy badanych. Okazało się, że osoby, którym badacz sam wybrał los, odsprzedały go za średnio ok. 2 dolary, natomiast osoby, które wylosowały go same, odsprzedały go za średnio 8,6 dolara. Tłumaczyły to właśnie poczuciem wpływu i kontroli związanymi z samodzielnym wyborem losu.

2. O sekwencji wyników mówimy, jeśli np. w ruletce obstawiamy cyfry parzyste i w czasie pierwszych kilku rzutów wypadną te cyfry, to wówczas gracz ma poczucie kontroli nad wynikami gry w ruletkę, nie bacząc na to, że wynik ma charakter losowy.
3. Znajomość problemu związana jest z tym, że im bardziej ludzie mają poczucie, że znają zasady gier hazardowych czy też zasady działania maszyny do gry, tym bardziej mają poczucie kontroli nad grą. Część graczy to osoby zafascynowane nie grą samą w sobie, ale jej mechanizmami. Im bardziej mają poczucie rozpracowania jej, im więcej o niej wiedzą, tym większe mają poczucie, że sprawują nad nią kontrolę.
4. Informacja związana jest ze znajomością problemu, im więcej informacji o grze dociera do ludzi, tym bardziej mają poczucie kontroli, np. osoby obstawiające na wyścigach konnych przygotowują się do zakładów, czytają informacje o koniach, dżokejach, rozmawiają o tym z innymi graczami. Im więcej informacji posiadają o koniu, którego obstawiają, tym większe mają poczucie kon-



troli nad grą. Kiedy gracze otrzymują nową informację, zwracają uwagę na jej niezwykłość, a nie na jej wagę. Zatem nowe informacje mogą nie zwiększyć wiedzy gracza, ale na pewno zwiększą jego poczucie pewności. Stąd też gracze ci np. obstawiają zakłady dwie minuty przed ich zamknięciem, licząc na jakąś nową, nadzwyczajną informację, która zwiększy ich poczucie kontroli.

5. Zaangażowanie jest związane z tym, że im więcej wysiłku gracz włoży w grę, tym ma poczucie większej kontroli nad nią, np. im więcej czasu grający w ruletkę poświęci na obserwowanie i zapisywanie wyników poszczególnych rzutów zanim sam zacznie grać, tym większe ma poczucie kontroli nad grą w momencie, w którym sam obstawia.

Heurystyka dostępności – to uproszczona metoda wnioskowania polegająca na przypisywaniu większego prawdopodobieństwa zdarzeniom, które łatwiej przywołać do świadomości i są bardziej nacechowane emocjonalnie. Gracze oceniają jako bardziej prawdopodobne te zdarzenia, które dostępne są ich pamięci, czyli takie, o których słyszeli niedawno i dużo oraz są łatwe do przypomnienia. Ponieważ o wygranych mówi się znacznie częściej niż o przegranych, i są one o wiele bardziej fascynujące i pobudzające wyobraźnię, gracze będą przeceniać swoje szanse na wygraną w stosunku do szans na przegraną. Heurystykę tę wzmacniają np. rozmowy z osobami, które już wygrały. Jest to częsta technika stosowana np. przez stacje radiowe, które oferują szansę na wygraną dużej sumy pieniędzy za wysłanie SMS-a i jako potwierdzenie tej szansy puszczały rozmowy ze słuchaczami, którzy niedawno wygrali jakąś nagrodę. Oczywiście nikt nie podaje, ile osób wysłało SMS-y i nic nie wygrało.

Stephan Ekkehard mówi o dostępności związanej z doświadczeniem, czyli że ludzie łatwiej zapamiętują to, co już wcześniej widzieli lub słyszeli i uznają to za bardziej prawdopodobne niż to, o czym słyszą czy o wiedzą po raz pierwszy, nie zwracając przy tym uwagi, że nie jest to próbą reprezentatywną i dostatecznie dużą. W przytaczanych już badaniach Tversky'ego i Heatha, ilustrujących również heurystykę dostępności, okazało się, że ludzie oceniają znane im formy hazardu jako mniej ryzykowne niż te, których nie znają.

Heurystyka reprezentatywności (złudzenie gracza) – to uproszczona metoda wnioskowania, polegająca na dokonywaniu klasyfikacji na podstawie częściowego podobieństwa do przypadku typowego, charakterystycznego, reprezentatywnego, który już znamy. W przypadku gier losowych gracze będą uważać, że bardziej prawdopodobne są układy chaotyczne niż uporządkowane, nawet jeśli elementy tych układów są losowane niezależnie od siebie. Zgodnie z tą heurystyką wyrzucenie monetą 100 orłów pod rząd jest nieprawdopodobne, a wyrzucenie chaotycznego rozkładu orłów i reszek – niemal pewne. Natomiast prawda jest taka, że obie sytuacje są równie prawdopodobne, tak samo jak wylosowanie w lotto sześciu kolejnych liczb jest równie prawdopodobne, co wylosowanie jakiegokolwiek innej „szóstki”. Złudzenie gracza jest również znane pod literacką nazwą „złudzenie Aleksego Iwanowicza”, opisane przez Fiodora Dostojewskiego w powieści „Gracz”. Polega ono na tym, że Iwanowicz wierzył, iż podczas gry w ruletkę, „po dostatecznie długiej serii zatrzymywania się kulki na czerwonym polu, gwałtownie wzrasta prawdopodobieństwo jej zatrzymania się na polu czarnym”.

Hazardziści nie uznają w swojej percepcji niezależności zdarzeń. Tysza mówi, że „kulka słabo pamięta, na jakim polu ostatnio wylądowała”. Heurystyka ta jest związana z tym, że ludzie wyciągają wnioski i uogólniają na podstawie zbyt małej i niereprezentatywnej próby. Choć musimy pamiętać, że złudzenie gracza to tylko jedna strona heurystyki reprezentatywności. Drugą, zupełnie przeciwną stroną, jest nierespektowanie prawa regresji do średniej. Jeśli w serii sześciu rzutów kostką za każdym razem wypadnie cyfra sześć i przyjmijmy założenie, że kostka jest symetryczna, to możemy mieć pewność, że w sytuacji wystarczająco dużej liczby rzutów nastąpi regresja do średniej i okaże się, że szóstka pojawiała się z taką samą częstotliwością jak każda inna liczba z kostki.

Heurystyka pozornych korelacji – to dostrzeganie związków przyczynowo-skutkowych w niezależnych od siebie zdarzeniach. Prowadzi to między innymi do wytwarzania rytuałów – czynności, które poprzedziły w przeszłości wygraną oraz zaopatrywania się w talizmany, przedmioty, które miało się przy

sobie podczas wygranej. Wiąże się to również z wiarą w szczęście, czyli z uznawaniem istnienia siły, która kieruje wydarzeniami zgodnie z jakimś planem, kaprysem. Cechą tej siły może być z jednej strony determinizm (np. w przypadku przegranych), a z drugiej możliwość jej prześlągnięcia. Gracz zawyża w swojej świadomości wielkość kontroli, jaką sprawuje nad grą. Może uważać, że jej przebieg zależy od jego umiejętności, zachowań czy wymienionych już rytuałów. Przypisanie sobie sprawczości podnosi hazard do rangi sztuki czy sportu, gdzie wkład grającego jest większy niż rzeczywistość jest.



Fot. Katarzyna Kulcsa

Heurystyka zakotwiczenia i dostosowania – to uproszczona metoda wnioskowania polegająca na oparciu się (zakotwiczeniu) na jakiejś informacji, a następnie zmodyfikowaniu jej (dostosowaniu się do niej) w celu uzyskania odpowiedzi na pytanie lub wydania sądu. Wpływają na nią: nadmierna pewność siebie, selektywna percepcja, błąd afirmacji i błąd post factum. Heurystyka zakotwiczenia generuje wiele błędów. Efekt pierwszeństwa – kiedy to pierwsza informacja stanowi punkt odniesienia do kolejnych, np. kolega mówi hazardziście, że „ta maszyna dawno nie wypłaciła”. Efekt halo, czyli rozciągnięcie pozytywnego (bądź negatywnego) pierwszego wrażenia na wiele cech. Efekt skupienia, czyli nadmierna koncentracja na jednym dostępnym aspekcie, kosztem pozostałych.

Najbardziej trafnym według mnie sposobem omówienia heurystyk jest poniższa historia pt. „Legenda o człowieku w zielonym szlafroku”. „Zdarzenie ma miejsce w Las Vegas, kiedy po nocy poślubnej pan młody sięga po szlafrok i ku swemu zdziwieniu znajduje w kieszeni żeton z kasyna o wartości 5 dolarów. Ponieważ jego świeżo poślubiona małżonka smacznie śpi, nie namyślając się wiele, pan młody wybiega z pokoju, zbiega po schodach i wchodzi do kasyna. Następnie obstawia jeden z numerów ruletki i ... wygrywa. Pięci dolarowy żeton przynosi mu 175 dolarów wygranej, jako że stawka w ruletce wynosi 1:35. Mężczyzna zachwycony

wysoką wygraną stawia wszystko w kolejnej grze i... ponownie wygrywa. Ma teraz ponad 6000 dolarów. Procedura powtarza się kilkakrotnie. Pan młody dysponuje już kwotą kilku milionów dolarów. Wkrótce potem kasyno odmawia mu dalszej gry, gdyż nie jest w stanie zrealizować kolejnej potencjalnej wygranej. Mężczyzna opuszcza dom gry i wykorzystując dobrą passę, biegnie do największego w mieście kasyna. Tam ponownie kładzie wszystko na jedno pole w ruletce. Wygrywa! Ma już setki milionów dolarów. Waha się chwilę, po czym decyduje się na jeszcze jedną, ostatnią grę. Znowu kładzie wszystkie pieniądze na jedno pole i... tym razem wszystko przegrywa. Nieco zamroczony wraca do swojego hotelu, wchodzi do pokoju i widzi żonę, która właśnie budzi się ze snu i ziewając pyta go, jak się czuje. – Nie najgorzej – odpowiada pan młody. – Właśnie przegrałem 5 dolarów”⁵.

Opowieść ta pokazuje, jak w sytuacji zyskowej inwestycji pozwalamy sobie na duże ryzyko, ponieważ w pewnym sensie gramy nie za swoje pieniądze. Jeśli miałabym stracić wygraną, to trudno, przecież mogłam wcale jej nie zarobić. To zjawisko tłumaczy też, dlaczego osoby, które wygrały „szóstkę” w toto-lotku tak łatwo „roztrwaniąją” te pieniądze. Jakby nie wydawały swoich. Obrazują to również badania, w których okazuje się, że osoby, które wygrały, mają większą skłonność do podejmowania ryzyka. Mechanizm ten nazywamy „graniem na koszt firmy”; w sytuacji hazardzistów będzie to gra-



nie na koszt kasyna czy też salonu, w którym wygrali. „Jeśli nawet przegram, przegram nie swoje pieniądze – przecież dopiero co je wygrałem”⁶. Ale mechanizm ten ma również swoją drugą stronę, zwaną „potrzebą wyrównywania strat”. Strategia ta motywuje hazardystów po przegranej do dalszego pozostania w grze w celu odegrania się.

Błędy poznawcze

Stosowanie heurystyk często prowadzi do wystąpienia błędów poznawczych. Najczęściej spotykane błędy poznawcze u hazardystów to:

Błędy w zachowaniu i podejmowaniu decyzji

1. Efekt skupienia – błąd w ocenie wynikający ze zwracania nadmiernej uwagi na jeden aspekt i ignorowania innych, np. „mam intuicję, mam siły na granie”, granie w celu odegrania się.
2. Efekt ślepej plamki – tendencja do niezauważania błędów we własnej ocenie rzeczywistości, np. „wygrywam, kiedy gram nocą”.
3. Ignorowanie prawdopodobieństwa – tendencja do ignorowania zasad rachunku prawdopodobieństwa przy podejmowaniu decyzji w niepewnych sytuacjach, np. szczęście jako cecha – „jestem szczęściarzem, jestem w czepku urodzony, to sprawia, że wygram”.
4. Złudzenie kontroli – przekonanie o możliwości wpływania na sytuację, na które w rzeczywistości żadnego wpływu się nie ma. Np. kontrola zachowania – „jeśli wygram dwa razy, dopiero wtedy stawiam wyższe stawki” lub kontrola poznawcza – „dzisiaj mam dobrą koncentrację, dzisiaj mam siły na granie”.

Błędy w przekonaniach i ocenie prawdopodobieństwa

1. Efekt skupienia uwagi – ignorowanie potrzeby zebrania miarodajnych danych przy badaniu występowania korelacji i powiązań, np. szczęście jako stan – „wiem, że muszę iść grać, bo wygram”.
2. Iluzja grupowania – tendencja do zauważania wzorców lub korelacji tam, gdzie w rzeczywistości ich nie ma, np. błędne wskazówki – „stawiam na numer, który pierwszy zobaczyłem; „strategie”, zabobony – „chuchanie w kostkę, pocieranie jej”.

3. Paradoks hazardzisty – zakładanie, że prawdopodobieństwo zdarzeń losowych zależy od poprzednich zdarzeń losowych („rzucana moneta ma pamięć”). Na przykład błąd pamięci – wybieranie określonych automatów.

4. Zaniedbywanie miarodajności – tendencja do dokonywania oceny na podstawie danych, o których wiadomo, że nie mają znaczenia statystycznego, np. osobista skuteczność – śledzenie wyników, zapisywanie ich i na tej podstawie przewidywanie wyniku.

Stereotypy społeczne

1. Podstawowy błąd atrybucji – tendencja do tłumaczenia sukcesów i porażek innych ludzi wyłącznie ich cechami wewnętrznymi (np. charakterem), przy ignorowaniu czynników zewnętrznych (środowiska), np. „dzisiaj jest nowy krupier – przegram”.
2. Tendencja samoobronna – tendencja do tłumaczenia własnych porażek wpływem środowiska i tłumaczenia sukcesów swoimi cechami wewnętrznymi, np. „przegrałem, bo automat był ustawiony”.

W celu zrozumienia mechanizmu uzależnienia od hazardu konieczna jest praca nad wyżej wymienionymi heurystykami. Heurystyki te spełniają u hazardystów podobną rolę jak psychologiczne mechanizmy uzależnienia w uzależnieniu od substancji psychoaktywnych.

Zrozumienie procesów poznawczych zachodzących u hazardzisty jest jednym z elementów skutecznej terapii. Związane jest to w głównej mierze z tym, że jedną z metod pracy (o największej skuteczności w pierwszym etapie terapii – zatrzymaniu grania) jest terapia poznawczo-behawioralna i praca nad błędami poznawczymi. Kolejnym elementem pracy są strategie behawioralne oraz praca nad wywołaniem dysonansu poznawczego na podstawie rozpoznanych błędów poznawczych.

¹ R. Sternberg, *Psychologia poznawcza*, WSiP, Warszawa 2011.

² T. Tysza, *Psychologia ekonomiczna*, GWP, Gdańsk 2004.

³ Op. cit.

⁴ Op. cit.

⁵ Op. cit.

⁶ Op. cit.