

EMOCIONÁLNÍ FRAMING

Termin *efekty framingu* neboli efekty rámců (framing effect) jsme s Amosem použili pro označení případů neodůvodněného vlivu formulace na názory a preference. Toto je jeden z příkladů, se kterým jsme pracovali:

Akceptovali byste riskantní hru, která nabízí 10% šanci vyhrát 95 \$ a 90% šanci prohrát 5 \$?

Zaplatili byste 5 \$ za možnost účasti v loterii, která nabízí 10% šanci vyhrát 100 \$ a 90% šanci nevyhrát nic?

Za prvé, chvílku přemýšlejte a přesvědčte se o tom, že obě situace jsou identické. V obou se musíte rozhodnout, jestli budete akceptovat stejně nejistou výhliďku, kdy ve finále budete buď o 95 \$ bohatší nebo o 5 \$ chudší. Člověk, jehož preference jsou vázány výhradně na realitu, dá v obou případech stejnou odpověď – ale takových jedinců moc není. Ve skutečnosti jedna situace přiláká mnohem více kladných odpovědí: ta druhá. Když je špatný výsledek *zamýšlený* do podoby ceny losu v loterii, který nevyhraje, je to mnohem přijatelnější, než když je popsán prostě jako prohra v hazardní hře. Nemělo by nás to překvapovat: *ztráty* evokují silnější negativní pocity než *ztráta* či *náklady*. Volby nejsou striktně vázány na realitu, protože System 1 není striktně vázaný na realitu.

K výše uvedenému příkladu nás inspiroval Richard Thaler, který nám vyprávěl, že když studoval, připlíchl na svoji nástěnku kartičku s nápisem „náklady nejsou ztráty“. V jedné ze svých prvních esejí o sportobírečském chování Thaler popisoval veřejnou diskusi o tom, zda by čerpací stanice měly být oprávněné účtovat různé ceny za nákupy placené hotovostně a za nákupy placené kreditní kartou. Lobby kreditních karet tvrdě prosazovala, aby byly odlišné ceny nelegální, ale v záloze měla i nouzové řešení: aby rozdíl, pokud by byl povolen, byl důsledně označován jako „sleva za platbu v hotovost“, nikoliv jako „příplatek za platbu kreditní kartou“. Z psychologického hlediska to byl správný požadavek: lidé se mnohem raději vzdají slevy, než aby platili příplatek. Přestože ekonomicky jsou obě označení ekvivalentní, emocionálně ekvivalentní nejsou.

V zajímavém experimentu zkombinovali neurovědci na Londýnské univerzitě (UCL) studii efektů framingu se záznamy aktivit různých oblastí mozku. Aby zjistili spolehlivá měření mozkové odezvy, skládal se experiment z mnoha pokusů. Na obrázku 14 jsou zobrazena dvě stadia těchto pokusů.

(34)

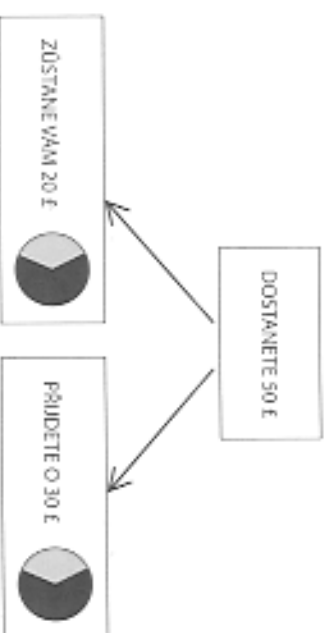
Rámce a realita

Ve finále fotbalového mistrovství světa v roce 2006 se spolu utkaly týmy Itálie a Francie. Obě následující věty popisují výsledek: „Itálie vyhrála.“ „Francie prohrála.“ Mají tyto věty stejný význam? Odpověď závisí na tom, co myslíte slovem *vyznamenat*.

Z hlediska logického uvažování jsou dva popisy výsledku zápasu vzájemně zaměnitelné, protože vyjadřují stejný stav světa. Jak by řekl filozofy, podmínky pravdivosti se u nich shodují: pokud jedna věta je pravdivá, pak druhá musí být také pravdivá. Takto věci chápe *ekonomi*. Jejich názory a preference jsou vázány na realitu. Zajímavá pak u nich platí, že objekty jejich voleb jsou stavy světa, které nejsou ovlivněny slovy zvolenými pro *popis* těchto stavů.

Existuje ale i jiný smysl slova *vyznamenat*, podle kterého „Itálie vyhrála“ a „Francie prohrála“ nemá vůbec stejný význam. V tomto smyslu je významem věty to, co se děje ve vaší asociativní mašinetě, zatímco ji zvažujete. A tyto dvě věty vyvolávají značně odlišné asociace. „Itálie vyhrála“ evokuje myšlenky na italský tým a co udělal, aby vyhrál. „Francie prohrála“ evokuje myšlenky na francouzský tým a co způsobilo, že prohrál, včetně památého zkratu francouzské hvězdy Zidana, který prudkým úderem hlavou do prsu složil italského stopera, za což byl vyloučen. Ve smyslu asociací, které přinášíte – jak na ně reaguje System 1 – tyto dvě věty skutečně „znamenaí“ různé věci. Skutečnost, že logicky ekvivalentní výroky evokují různé reakce, způsobuje, že *blázní lidé* nemají šanci být tak společlivě racionální jako *ekonomi*.

Nejprve si má účastník představit, že dostane určitou peněžní částku, v tomto příkladu 50 £.



Obrázek 14

Pak si má účastník zvolit mezi jistým výsledkem a riskantní hrou na kole štěstí. Když se ručička kola štěstí zastaví na bílém poli, „dostane“ celou částku; když se zastaví na černém poli, nedostane nic. Jistým výsledkem je očekávaná hodnota riskantní hry, v tomto případě zisk 20 £.

Jak vidíte na obrázku, stejný jistý výsledek lze „zarátmovat“ dvěma různými způsoby: jako ZŮSTANE VÁM 20 £ nebo jako PŘIJDETE O 30 £. Objektivní výsledky obou rámců jsou zcela identické a *ekson* vázaný na realitu by na oba reagoval stejným způsobem: zvolil by buď jistou věc, nebo riziko bez ohledu na rámec. My ale již víme, že mysl *běžného člověka* není striktně vázána na realitu. Tendence přiblížit se nebo vyhnout se jsou evokovány slovy a my očekáváme, že Systém 1 bude zkreslen *se prospettiv* jisté věci, když bude formulována jako ZŮSTANE VÁM, a *prosi* stejné alternativě, když bude formulována jako PŘIJDETE O.

Experiment zahrnoval mnoho pokusů a každý účastník řešil několik podobných volby, vždy jak v rámci „zůstane vám“, tak v rámci „přijde o“. Podle očekávání každý z dvaceti účastníků vykázal efekt framingu: s větší pravděpodobností volili jistou věc v rámci „zůstane vám“ a s větší pravděpodobností dohodnost volili jistou věc v rámci „zůstane vám“ a s větší pravděpodobností volili riskantní alternativu v rámci „přijde o“. Ne všichni účastníci ale byli stejní. Někteří byli výsoce náchylní framingu problému. Jiní prováděli větší stu voleb nezávisle na rámci – jak by to měli dělat racionální jedinci vázaní na realitu. Autoři studie v návaznosti na náchylnost vůči framingu těchto 20 účastníků ohodnotili a dali hodnotovní působivý název: index racionality.

Když účastníci prováděli jednoduchá rozhodnutí, zaznamenávaly se aktivy jejich mozku. Později se pokusy rozdělily do dvou kategorií:

1. Pokusy, u kterých volba účastníků odpovídala rámci:
 - ve verzi s jistou věcí formulovanou jako „Zůstane vám“ preferovali jistou věc
 - ve verzi s jistou věcí formulovanou jako „Přijde o“ preferovali riskantní hru
2. Pokusy, kdy volba nebyla poplanná rámci.

Pozornostně výsledky, které experimentátoři zjistili, dokládají potenciál nové vědní disciplíny – neuroekonomiky, která studuje, co se děje v mozku člověka, když se rozhoduje. Neurovědci provedli tisíce těchto experimentů a zjistili, že v mozku existují určité oblasti, které se „rozsvítí“ (indikují zvýšený příjem kyslíku, což naznačuje zvýšenou neuronální aktivitu) v závislosti na povaze úkolu, který před člověkem stojí. Jiné oblasti se aktivují, když jedinec věnuje pozornost vizuálnímu objektu, představuje si, že kopne do balonu, rozpoznává tvář nebo přemýšlí o novém domě. Další oblasti se aktivují, když je jedinec emocionálně nabuzen, když je v konfliktní situaci nebo se koncentruje na vyřešení problému. I když se neurovědci pečlivě vyhýbají formulacím jako „raro část mozku je zodpovědná za toto a za toto...“, dovedli se již mnoho informací o „osobnostech“ různých mozkových regionů a přínosy analýz mozkové aktivity pro psychologické interpretace se výrazně zlepšily. Ze studie framingu vyplynuly tři hlavní poznatky:

- Oblast mozku, která je běžně spojována s emocemi (amygdala), byla s velkou pravděpodobností aktivní, když volba subjektů odpovídala rámci. Přesně tak bychom to očekávali, pokud emocionálně laděná slova „zůstane vám“ a „přijde o“ vyvolávají okamžitou tendenci přiblížit se k jisté věci (když je zarátmována jako zisk) nebo se jí vyhnout (když je zarátmována jako ztráta). Emocionální podnět se do amygdaly přenáší velice rychle – a je to i pravděpodobný kandidát, kterého bychom zařadili do našeho Systému 1.
- Oblast mozku, o které je známo, že je spojena s konflikty a sebekontrolou (přední cingulární kortex) byla více aktivní, když účastníci neudělali to, co bylo přirozené – když zvolili jistou věc, přestože byla formulována „přijde o“.
- Vzdorování návrhům Systému 1 zjevně zahrnuje konflikt.
- Účastníci, kteří byli nejvíce „racionální“ (ti, kteří byli nejméně náchylní efektu framingu), vykázali zvýšenou aktivitu ve frontální oblasti mozku, která se považuje za zodpovědnou za kombinování emocí a odvodňování při provádění rozhodnutí. Je zajímavé, že „racionální“ jedinci nebyli ti,

kteří vykazali nejsilnější neurální známky konfliktu. Zdá se, že tyto etnii účastníci byli (často, ne vždy) vázáni na realitu s malým stupněm konfliktu.

Díky společnému pozorování skutečných voleb a mapování neurální aktivity tato studie poskytuje výbornou ilustraci toho, jak emoce vyvolané nějakým slovem může proniknout až do konečného rozhodnutí.

Klasický příklad emocionálního framingu představuje experiment, který Amos s kolegy provedl na lékařské fakultě Harvardské univerzity. Lékaři dostali statistiku o výsledcích dvou způsobů léčby rakoviny plic – operace a ozáření. Údaje o šancích na přežití v horizontu 5 let jasně favorizovaly operační zákrok, ale z krátkodobého hlediska byla operace riskantnější než ozáření. Polovina účastníků měla statistiku podanou ve formě šanci na přežití, polovina ve formě míry úmrtnosti. Tyto dva popisy krátkodobých výhledů u operace znely takto:

Míra přežití jednoho měsíce činí 90 %.

V prvním měsíci existuje 10% úmrtnost.

Už asi víte, jak dopadly výsledky experimentu: operace byla oblíbenějším řešením v prvním rámci (zvolilo ji 84 % lékařů) než v druhém (50 % lékařů dalo přednost ozáření). Logická ekvivalenčnost těch dvou popisů je zřejmá a rozhodující se jedinec vázaný na realitu by volil stejnou alternativu bez ohledu na to, v jaké verzi je alternativa popsána. Ale Systém 1, tak jak jsme ho měli možnost poznat, je jen zřídkakdy lhostejný k emocionálním slovům: úmrtnost je špatná a přežití je dobré; 90% šance na přežití zní povzbudivě, zatímco 10% úmrtnost nahání hrůzu. Studie přinesla i další důležité zjištění: lékaři byli efektní framingu náchylní stejně jako lidé bez lékařského vzdělání (pacienti nemocnice a studenti obchodní fakulty). Lékařské vzdělání evidentně žádnou obranu proti framingu neposkytuje.

Studie neurovědčů („zůstate vám“ versus „přijdete o“) a tento experiment („přežít“ versus „úmrtnost“) se v jednom důležitém aspektu liší. Účastníci ve studii se skenováním mozku prováděli mnoho pokusů, při kterých se setkali s odlišnými rámci (jinými formulacemi též). Měli tedy do jisté míry možnost rozpoznat efekt rámců a zjednoduší si úkol tím, že si zavědli společný rámec (například si pomoci jednoduchého výpočtu vždy převedli částku, o kterou přijdou, na částku, která jim zůstane). Vyžadovalo by to inteligentního jedince, aby se něco takového naučil (a pohotový Systém 2), a těch pár účastníků, kteří tento čin zvládli, zřejmě

partilo mezi ony „racionální“ aktéry, které experimentátoři identifikovali. Na rozdíl od toho lékaři, kteří si přečetli statistické údaje o dvou léčebných postupech formulované v rámci přežití, neměli důvod se domnívat, že by se mohli rozhodnout jinak, kdyby slyšeli stejnou statistiku formulovanou ve smyslu úmrtnosti. Převod údajů do jiného rámce vyžaduje vynaložit úsilí – a víme, že Systém 2 bývá líný. Pokud není nějaký jasný důvod udělat to jinak, většina z nás pasivně akceptuje rozhodovací problémy tak, jak jsou zarámované, a tudíž máme málokdy příležitost zjistit míru, do jaké jsou naše preference vázány spíš na rámec než na realitu.

PRAZDNÉ INTUICE

Když jsme se s Amosem začali zabývat konceptem framingu, jako první jsme použili příklad, kterému se od té doby říká „problém asijské nemoci“:

Představte si, že se Spojené státy chystají na epidemii neobvyklé asijské nemoci, která podle očekávání zabije 600 osob. Jsou navrženy dva programy boje s touto nemocí. Přesné vědecké odhady dopadů obou programů jsou následující:

Bude-li přijat program A, bude zachráněno 200 osob.

Bude-li přijat program B, bude s třetinovou pravděpodobností zachráněno 600 osob a s dvouřetřetinovou pravděpodobností nebude zachráněna žádná osoba.

Podstatná většina respondentů zvolila program A; dali přednost jistě volbě před riskantní.

V druhé verzi byly výsledky programů zarámovány odlišně:

Bude-li přijat program A, zemře 400 osob.

Bude-li přijat program B, pak s třetinovou pravděpodobností nikdo nezemře a s dvouřetřetinovou pravděpodobností zemře 600 osob.

Podlejte se dobře na obě verze: důsledky programů A a B jsou identické, stejně tak důsledky programů B a B'. U druhého rámce však většina účastníků zvolí rizikovou alternativu.

Odlisné volby ve dvou různých rámcích dobře zapadají do perspektive teorie, podle které se volby mezi riskantní alternativou a jistou věcí řeší různě, v závislosti na tom, zda možné výsledky jsou dobré, nebo špatné.

Když jsou možné výsledky dobré, mají rozhodující se jedinci tendenci dávat přednost jistě věci před riskantní hrou (vykazují averzi k riziku). Když jsou oba výsledky nepřiznivě, mají tendenci odmítnout jistou věc a jít do rizika. Tyto závěry byly dobře zdokumentované pro volby mezi riskantní hrou a jistou věcí ve štěte peněz. Experiment s nemocí ukazuje, že stejně pravidlo platí, když jsou výsledky měřeny v zachráněných nebo ztracených životech. V tomto kontextu také experiment s framingem odhaluje, že preference averze k riziku a vyhledávání rizika nejsou vázány na realitu. U preferencí mezi stejnými objektivními výsledky dojde při odlišných formulech k jejich zvratu.

Amos mi vyprávěl jeden zážitek, který přiběhu s asijskou nemocí ještě dodává závažnost. Pozvali ho, aby udělal přednášku pro skupinu vrcholových pracovníků z oblasti zdravotnictví – lidem, kteří rozhodují o očkování a dalších důležitých zdravotnických programech. Využil té příležitosti, aby jim prezentoval problém asijské nemoci: polovina zhlédla verzi se zachráněnými životy, polovina zhlédla verzi se ztracenými životy. Podobně jako ostatní lidé i tito profesionálové byli náchylní efektu framingu. Je poněkud znepokojivé, že vysoce postavené úředníky, kteří čini rozhodnutí ovlivňující životy každého z nás, může zviklat tak povrchní manipulace – ale musíme si uvědomit na předstihu, že i důležitá rozhodnutí jsou ovlivňována (ne-li ovládnuta) Systémem 1.

Ještě více mě však zarazilo, co se stane, když jsou lidé konfrontováni se svou nekonzistentností v úsudku: „V jedné formulaci jste zvolili, že s jistou zachráníte 200 životů, a v druhé formulaci jste zvolili, že půjdete raději do rizika, než abyste akceptovali smrt 400 osob. Nyní, když víte, že vaše volby byly nekonzistentní, jak se rozhodnete?“ Odpovědi bylo rozpačité ticho. Intuice, které určily původní volbu, pocházely ze Systému 1 a nyní již neměly morální základ, stejně jako tomu bylo u preference pro to, že mi zůstane 20 £, a averze k tomu, že přijdu o 30 £. Zachráná životů s jistou je dobrá věc, smrt je špatná věc. Většina lidí zjistí, že jejich Systém 2 sám o sobě nemá morální intuice, pomocí kterých by dokázal na otázku odpovědět.

Za svůj oblíbený příklad efektu framingu vděčím významnému ekonomovi Thomasi Schellingovi, který popsal ve své knize *Choice and Consequence* (Volba a následek). Schelling knihu napsal předtím, než jsme zveřejnili naši práci o framingu, a efektu framingu nebyl hlavním předmětem jeho zájmu. Psal především o svých zkušenostech z přednášení na Kennedyho škole na Harvardu, kde tématem byly daňové úlevy na děti

v daňovém zákoně. Vložil studentům, že standardní úleva se poskytuje na každé dítě a že částka úlevy není závislá na příjmu daňového poplatníka. Pak studenty vyzval, aby se vyjádřili k následujícímu návrhu:

Měly by být daňové úlevy na děti větší pro bohaté než pro chudé?

Váše intuice bude asi podobná jako intuice Schellingových studentů: představa favorizování bohatých pomocí větších daňových úlev jim připadala zcela nepřijatelná.

Schelling pak vysvětlil, že daňový zákon je vlastně svolný. Jako výchozí případ uvažuje rodinu bez dětí a snižuje daň o částku úlevy na každé dítě. Daňový zákon by ale mohl být samozřejmě přepsán tak, že by jako výchozí stav bral rodinu se dvěma dětmi. V této formulaci by rodiny s méně než „standardním“ počtem dětí platily daňový příspěvek. Schelling nyní studenty vyzval, aby sdělili svůj názor na další návrh:

Měli by chudí bezdětní lidé platit stejně velkou daňovou přírůžku jako bezdětní bohatí?

Zde byste asi opět souhlasili s reakcí studentů na tento návrh, který odmltl se stejnou vehemencí jako první. Ale Schelling studentům ukázal, že nemožnou logicky odmítnat oba návrhy. Rozdíl mezi daní u bezdětné rodiny a daní rodiny s dvěma dětmi je v první verzi popsán jako úleva na dani a v druhé verzi jako zvýšení daně. Pokud v první verzi chcete, aby chudí dostávali stejný (nebo větší) benefit jako bohatí za to, že mají děti, pak musíte chtít, aby chudí platili alespoň stejný trest jako bohatí za to, že jsou bezdětní.

Můžeme tu opět vidět v akci Systém 1. Dodá nám okamžitou odpověď na jakoukoliv otázku ohledně bohatých a chudých: když je na pochůbách, favorizuje chudé. Překvapujícím aspektem na Schellingově problému je to, že toto zjevně jednoduché morální pravidlo nefunguje společlivě. Generuje protikladné odpovědi na stejný problém, v závislosti na tom, jak je problém zarámován. A už pochopitelně více, jaká otázka bude následovat. Nyní když víte, že vaše reakce na problém je ovlivněna rámcem, jak odpovědíte na otázku: Jak by měl tedy daňový zákon zacházet s dětmi bohatých a chudých?

Zase asi budete zaraženi. Máte morální intuice ohledně rozlišování mezi bohatými a chudými, ale tyto intuice závislejší na nahodilém referenčním

bodu, nerykají se reálného problému. Tento problém – otázka o skutečném stavu světa – zní, jakou částku daně by měly jednotlivé rodiny platit, jak vyplnit jednotlivé kolonky tabulky v daňovém zákoně? Nedisponujete žádnou přesvědčivou morální intuici, která by vás při řešení tohoto problému vedla. Máte své morální pocity navázány na rámce, na *popis reality* spíš než na realitu samotnou. Fakta ohledně povahy framingu jsou neuprosná: framing by neměl být považován za něco, co maskuje nebo zkracuje základové preference. Přinejmenším v tomto případě – a také v problémech asijské nemoci a operace versus ozarování u rakoviny plic – žádné základové preference, které by se maskovaly nebo zkracovaly, vůbec neexistují. Naše preference se rýkají zarámovaných problémů a naše morální intuice se rýkají popisu, nikoliv jejich podstaty.

DOBŘE RÁMCE

Všechny rámce nejsou stejné a některé jsou zjevně lepší v popisu stejné věci než jiné. Uvažujte o této dvojici problémů:

Žena si koupila dvě vstupenky do divadla v ceně 80 \$/kus. Když přijede do divadla, otevře peněženku a zjistí, že vstupenky ztratila. Koupí další dvě vstupenky, aby na představení mohla jít?

Žena jde do divadla s úmyslem koupit dvě vstupenky, které stojí 80 \$ za kus. Přijede do divadla, otevře peněženku a ke svému zděšení zjistí, že 160 \$, které tam měla na koupi vstupenek, ztratila. Může zaplatit kreditní kartou. Koupí vstupenky?

Respondenti, kteří mají k dispozici pouze jednu verzi problému, dojdou k různým závěrům, podle toho, v jakém byl problém rámci. U prvního příběhu se většinou domnívají, že žena půjde domů, aniž by představení viděla, když ztratila lístky, u druhého příběhu většinou myslí, že si vstupenky na představení koupí, i když peníze ztratila.

Vysvětlení by již mělo být jasné – problém obsahuje mentální účty a klam utopených nákladů. Odlišné rámce vyvolávají odlišné mentální účty a důležitost ztráty závisí na účtu, vůči kterému je ztráta uplatněna. Když se ztratí vstupenky na konkrétní představení, je přirozené, že se ztráta umístí na účet spojený s tímto představením. Pak vám připadá, že se náklady na představení zdvojnásobily a možná už převyšily hodnotu

očekávaného zážitku. Naopak ztráta hotových peněz se zaúčtuje na účet „obecné příjmy a výdaje“ – návštěvnice divadla je nyní lehce chudší, než si myslela, a otázka, kterou si asi položí, zní, zda malé snížení jejího disponibilního majetku změni její rozhodnutí zaplatit za vstupenky. Většina respondentů si myslela, že ne.

Veze, ve které došlo ke ztrátě peněz, vedla k rozumnějšímu rozhodnutí. Je to tedy „lepší“ rámec, protože ztráta, i když byly ztraceny vstupenky, je „utopená“ a na utopené náklady by se neměl brát při rozhodování zřetel. Minulost je irelevantní a jediná věc, která má význam, je soubor voleb, které má návštěvnice divadla nyní, a jejich pravděpodobné důsledky. Ať ztráta cokoliv, relevantním faktem je to, že má nyní menší majetek, než měla předtím, než otevřela peněženku. Kdyby se mě člověk, který ztratil vstupenky, zeptal na radu, co má dělat, odpověděl bych mu takto: „Koupil byste ty lístky, kdybyste těsně předtím ztratil ekvivalent jejich ceny v hotových penězích? Pokud ano, jděte a kupte si nové lístky.“ Širší rámce a obecnější účty obvykle vedou k racionálnějšímu rozhodnutí.

V dalším příkladu evokují dva alternativní rámce různé matematické intuice, přičemž jedna je mnohem silnější než druhá. V článku nazvaném „The MPG Illusion“, který se objevil v časopise *Science* v roce 2008, psychologové Richard Larrick a Jack Soll popisují případ, kdy pasivní přijetí zavádějícího rámce přivedlo značné náklady a vážné politické důsledky. Při koupi auta většina zákazníků udává jako jeden z rozhodujících faktorů při jejich volbě spotřebu automobilu; vědí, že auta s nízkou spotřebou znamenají nižší provozní náklady. Ale rámec, který se tradičně pro tento faktor používá v USA – počet mil ujetých na galon pohonných hmot (mpg) – poskytuje pro rozhodnutí jak jednotlivců, tak zákonodárců velmi chabé vodítko. Uvažujte o dvou majitelích aut, kteří chtějí snížit své náklady:

Adam přejde ze „žoutra benzínu“ s 12 mpg na lehce úspornější vozidlo se 14 mpg.

Beth, která dbá na ekologii, přejde: auta s 30 mpg na auto se 40 mpg.

Předpokládejme, že oba řidiči ujedou ročně stejný počet kilometrů. Kdo ušetří změnou auta více paliva? Asi se svou intuicí připojíte k většině lidí, když si myslíte, že opatření Beth je významnější než Adamovo: ona změnila mpg o 10 mil na galon, zatímco Adam jen o 2, a i relativně je to více – o třetinu (ze 30 na 40), zatímco Adam jen o šestinu (z 12 na 14).

Ted zapojte System 2 a vypočítejte to. Pokud oba majitelé aut ujedou 10 000 mil, Adam ročně zvedne svůj spotřebu ze skandálních 833 galonů na stále šokujících 714 galonů, což znamená úsporu 119 galonů. U Beth se spotřeba paliva snížila z 333 galonů na 250, takže ušetří pouze 83 galonů. Rámec mpg je špatný, měl by být nahrazen rámcem galonů na mil (nebo litrů na 100 kilometrů, jak je tomu ve většině jiných zemí). Jak Larrick a Soll poukazují, zavádějí intuitivce podporovaná rámcem mpg může zavádět tvůrce politik i kupující aut.

Za prezidenta Obamy působil Cass Sunstein jako šéf vládního úřadu pro informace a regulační záležitosti. Spolu s Richardem Thalerem napsali knihu *Nudge* (Stouchn), která představuje základní příručku pro uplatňování behaviorální ekonomie v politice. Nebyla to náhoda, že nálepka o sportovní vozů, která bude od roku 2013 povinné na každém novém autě, bude poprvé v dějinách Spojených států obsahovat informaci o galonech na mil. Bohužel správná formulace bude vyřizována naším písmem pod známou informací o mpg velkým písmem, nicméně jde o posun správným směrem. Pět let mezi zveřejněním článku „The MPG Illusion“ a implementací částečné korekce v praxi pravděpodobně znamená rychlostní rekord pro významnou aplikaci psychologické vědy ve věci veřejné politiky.

V mnoha zemích se uplatňuje praxe, kdy jsou v řídicím průkazku uvedeny pokyny ohledně dárcovství orgánů v případě úmrtí řidiče při nehodě. Formulace těchto pokynů je dalším příkladem, kdy jeden rámec je výrazně lepší než jiný. Jen málo lidí si myslí, že rozhodnutí o tom, zda darovat orgány nebo ne, je neúhelníkové, ale existují důkazy o tom, že většina lidí provede svoji volbu naprosto neuváženě. Důkazy vycházejí ze srovnání míry dárcovství orgánů v evropských zemích, ze kterého vyplynul překvapivě rozdíly mezi sousedními a kulturně podobnými zeměmi. V článku zveřejněném v roce 2003 se uvádělo, že míra dárcovství činila v Rakousku téměř 100 %, ale v sousedním Německu pouze 12 %, ve Švédsku 86 % ale v Dánsku pouze 4 %.

Za tímto enormním rozdíly stojí efekt framingu, který byl způsoben formulací klíčové otázky. V zemích s vysokou mírou dárcovství mají formulaci udělaný tak, že jedinci, kteří nechtějí darovat orgány, musí zaškrtnout příslušný rámeček. Pokud neudělají tento jednoduchý úkon, jsou považováni za dáce. V zemích s nízkou mírou dárcovství je to naopak – musíte příslušný rámeček zaškrtnout, chcete-li být dárcem. To je vše. Nejlepším a nejjednodušším indikátorem toho, zda lidé darují své orgány,

je předvolená alternativa – ta, která bude přijata bez zaškrtnutí jakéhokoliv políčka.

Na rozdíl od jiných efektů framingu, u kterých nás přičiny dovedly k Systemu 1, lze efekt dárcovství orgánů nejlépe vysvětlit leností Systemu 2. Lidé zaškrtnou políčko až poté, co se rozhodnou, jak chtějí se svými orgány naložit. Pokud na otázku nejsou připraveni, musí vynaložit úsilí – přemýšlet, zda chtějí rámeček zaškrtnout. Představuji si formulaci o dárcovství orgánů, kde lidé mají vyčíst matematický příklad, který odpovídá jejich rozhodnutí. Jeden z rámečků obsahuje příklad $2 + 2 = ?$ Příklad v druhém rámečku zní $13 \times 37 = ?$ Míra dárcovství by se určité pěkně kymácela.

Když se takto vyjasní role formulace, vyvstane politická otázka: Která formulace by se měla zavést? V tomto případě je odpověď jasná. Pokud se domníváte, že pro společnost jako celek je dobře dostatečně množství darovaných orgánů, nezaumíte větší formulacím, z nichž jedna vyvolá téměř 100% dárcovství a druhá přinese dárcovství jen od 4 % řidičů, neutrální postoj.

Vidíme znovu a znovu, jak může být důležitá volba řízena naprosto nepodstatným prvkem dané situace. Je to až trapné – toto přece není způsob, jak bychom chtěli dělat zásadní rozhodnutí. Navíc vůbec nemáme pocit, že by naše mysl takto fungovala; jenže důkazy o těchto kognitivních iluzích jsou nevyvratitelné.

Bere to jako bod proti teorii racionálního agenta. Teorie, která si slouží své jméno, tvrdí, že určité události jsou nemožné – tedy nenasatnou, pokud je teorie pravdivá. Když takovou „nemožnou“ událost zaznamenate, teorie je zpochybněna. Teorie mohou přežít ještě dlouhou dobu poté, co je přesvědčivé důkazy zpochybní, a teorie racionálního agenta určité přežila důkazy, se kterými jsme se seznámili, i spoustu dalších.

Případ s dárcovstvím orgánů ukazuje, že diskuse o lidské racionálnosti může mít na reálný svět značný vliv. Významný rozdíl mezi zastánci modelu racionálního agenta a skeptiky, kteří ji zpochybňují, spočívá v tom, že zastánci automaticky předpokládají, že formulace volby ne může určovat preference ohledně významných problémů. Ani se neodhláží zabývat zkoumáním tohoto problému – a tak často skončíme s horšími výsledky.

Skeptiky ohledně racionality to nepřekvapuje. Jsou vycvičeni v tom, aby počítali se silou nepodstatných faktorů jakožto determinantů preferencí – a já doufám, že čtenáři této knihy si tuto schopnost také osvojí.

HOVORY O RÁMCÍCH A REALITĚ

„Budou mít z toho, co se stalo, lepší pocit, když výsledek zarámují ve smyslu, kolik peněz jim zůstalo, než když si budou říkat, o kolik příšší!“

„Pojďme změnit rámec problému tak, že změníme referenční bod. Představte si, že jsme to nevlasnili. Jakou rychlost si myslíte, že to má cenu?“

„Musíš si tu ztrátu zaúčtovat na mentální účet, obecně příjmy – budeš z toho mít lepší pocit!“

„Tady po tobě chtějí, abys zaškrtnl rámeček, jestli už nechceš být na jejich dlouhodobém seznamu. Kdyby se mělo zaškrtnávat, že tam chceš být, tak by se jim distribuční seznam pěkně zmenšil!“

ČÁST 5

DVĚ JÁ V MĚ

