

Nieświadome schematy pracy mózgu jako skróty dla kognitywizacji doświadczeń i postrzeżeń w celu uniknięcia przeciążenia.

Metody redukcji kompleksowości środowiska w celu opracowania relacji i zależności oraz sortowania informacji i ich interpretacji za pomocą odwoływania się przez mózg do nieświadomych i bazujących na doświadczeniach schematów myślenia i heurystyk (bias). Szybkie i nieświadome skróty dla orientacji w zalewie informacji. Z tego wynikają również błędne wnioski i tak zwane błędy (lub zniekształcenia) poznawcze, ponieważ są one zautomatyzowane i dla nas trudne do rozszyfrowania.

Lista 184 takich skrótów w pracy mózgu sformułowanych przez Johna Manoogiana i Bustera Bensona (Kodeks błędów poznawczych, The Cognitive Bias Codex) w redakcji Very Schroeder (tłumaczenie M. Fleischer). Nie wszystkie spośród tu podanych są empirycznie dobrze wykazane.

"Lista kategorialnie stypologizowanych zniekształceń (bias)

(i) **Brak czasu**

a) Faworyzujemy prosto działające opcje i uzupełniamy informacje pochodzące od kompleksowych, wieloznacznych sytuacji.

1. Efekt 'mniej to lepiej': kiedy kosztujący 8 Euro prezent od biedniejszej osoby wydaje się być bardziej wartościowy, niż prezent wartości 18 Euro od bogatej osoby.
2. Zgodnie z brzytwą Wilhelma von Ockhama (1287-1347) przy konkurujących teoriach faworyzowana jest ta, która jest prostsza.
3. Fałszywy wniosek łączliwości: warunki specyficzne uznawane są za bardziej prawdopodobne niż mniej specyficzne.
4. Zgodnie z prawem trywialności rzeczy bagatelne, poboczne traktowane są w organizacjach jako nieproporcjonalnie ważniejsze.
5. Efekt prawa trywialności (bikeshedding) oznacza to samo: o miejscach na odstawianie rowerów dyskutuje się dłużej niż o wszystkim innym.
6. Efekt rhyme-as-reason: treści rymowane częściej są traktowane jako prawda.
7. Zgodnie z efektem przekonania (belief bias) oceniamy jakiś argument w relacji do tego, jak przekonujący jest jego wniosek dla nas samych.
8. Bias informacyjny powstaje przez błędny lub niedokładny ogląd indywidualnych czynników.
9. Efekt wieloznaczności: faworyzowane są opcje, dla których znane jest prawdopodobieństwo korzystnego wyniku.

b) Aby zapobiec błędom, staramy się zachować autonomię i status grupowy i unikamy nieodwracalnych decyzji.

10. Bias status quo: faworyzowane są rzeczy już istniejące w relacji do tego, co nowe. Inaczej mówiąc – ludzie chcą, by rzeczy pozostały mniej więcej takie, jakie są.
11. Społeczne błędy porównywania (social comparison bias): uczucie niechęci i konkurencyjności wobec kogoś, kogo uważamy fizycznie lub umysłowo za górującego nad nami.
12. Zgodnie z efektem przynęty (decoy) ludzie decydują się inaczej, kiedy obecna jest trzecia, asymetrycznie dominująca opcja. Pod wpływem trzeciej, najczęściej mało atrakcyjnej opcji, ludzie myślą wtedy, że jedna z pozostałych dwóch jest jakoby okazjna. Mimo iż obiektywnie taką nie jest.
13. Reaktancja: reakcja na uczucie ograniczonej wolności decyzji.
14. Odwrócona psychologia: trick, by skłonić daną osobę do zrobienia czegoś, żądając przeciwności tego czegoś. Często stosowana w terapii prowokacyjnej.
15. Według teorii uzasadnienia systemu (SJT) wpływ na osoby wywierają także nadrzędne struktury społeczne. Rzeczy, w które zainwestowało się czas i energię, staramy się zakończyć.
16. Efekt bumerangu: kiedy nowe fakty i informacje, które przeczą własnym poglądom, te ostatnie jeszcze wzmacniają.
17. Tendencja oceniania jakiegoś dobra jako bardziej wartościowego, kiedy się je posiada, to efekt posiadania.
18. Efekt pseudopewności: kiedy uważa się jakiś rezultat za pewny, mimo że nie jest jeszcze pewny.
19. Efekt dyspozycji to skłonność inwestorów do pozbywania się tych udziałów, których wartość wzrosła, a zachowania tych, których wartość spadła.
20. Według błędu zera ryzyka mniejsze ryzyko chętniej jest eliminowane, niż większe uznawane jest za bardziej nieprawdopodobne.
21. Bias unit określa ludzką tendencję, by jakąś część zadania względnie jakieś zadanie chcieć zakończyć.
22. Według efektu Ikea coś, co się samemu złożyło, uznaje się za bardziej wartościowe niż coś gotowego.
23. Awersja wobec utraty: tendencja przypisywania stratom większej wagi niż zyskom. Przykład: przełom w polityce energetycznej.
24. Zgodnie z efektem generowania przypominamy sobie informacje lepiej, gdy generowane są z własnej głowy, a nie są tylko przeczytane.
25. Eskalujące zaangażowanie stosuje się wobec podjętych decyzji też wtedy, kiedy okazały się one nie być sensowne.
26. Można to też nazwać irracjonalną eskalacją.

27. Pułapka zatopionych kosztów: tendencja, by chcieć zakończyć projekt, w który zainwestowało się pieniądze, trud i czas. Nasz fokus zawiera się w tym, co leży bezpośrednio przed nami.
28. Według efektu identyfikowalnej ofiary ofiarujemy więcej pojedynczym osobom w potrzebie niż nieokreślonym grupom.
29. Apel do nowości: błąd, przy którym pochopnie twierdzi się, że coś jest prawidłowe, wyłącznie dlatego, że jest nowe.
30. Hiperboliczne dyskontowanie: tendencja, by przyszłe opłaty systematycznie oceniać zbyt nisko. Działanie wymaga przekonania o skuteczności i relewancji.
31. W ramach efektu Peltzmana Sam Peltzman wykazał w 1975 roku, że obowiązek zapinania pasów w samochodzie prowadzi do ryzykowniejszej jazdy.
32. Kompensacja ryzyka określa ten sam efekt. Dla wielu rodzajów sportu z dużym ryzykiem obrażeń wykazano w międzyczasie, że ulepszone bezpieczniejsze wyposażenie prowadzi do ryzykownego zachowania, przez co bezpieczeństwo czasami nawet spada.
33. Uzasadnianie nakładów: tendencja, by rzeczy, dla których trzeba było ponieść trud, oceniać jako lepsze.
34. Bias-bias: możliwość zbyt częstego diagnozowania błędów myślowych.
35. Defensywna atrybucja: tendencja, by złe dokonania uzasadniać przyczynami zewnętrznymi.
36. Przy iluzji przewagi ludzie w porównaniu z innymi przeceniają własne jakości i zdolności.
37. Iluzja kontroli ma miejsce wtedy, kiedy wierzy się, że można kontrolować wydarzenia, na które w rzeczywistości nie ma się żadnego wpływu.
38. Zniekształcenie aktora-obszawatora ma na myśli zawsze konieczne rozróżnienie między perspektywami aktora a obserwatora.
39. Strategia służąca własnej wartości: złe dokonania wyjaśniane są niekorzystnymi warunkami, dobre dokonania własnymi zdolnościami.
40. Efekt Barnuma (horoskopowy) określa skłonność ludzi, by mgliste i powszechnie obowiązujące wypowiedzi o własnej osobie interpretować tak, że uznawane są jako przystające opisy. Patrz – horoskopy.
41. Efekt Forera: patrz efekt Barnuma.
42. Bias optymizmu: Kiedy przecenia się prawdopodobieństwo dojścia do skutku dobrych wydarzeń – a niedocenia złych. Przykład: palacze.
43. Bias egocentryzmu: kiedy przy porównaniach społecznych siebie samego ceni się wyżej niż porównywalne inne osoby.
44. Efekt Dunninga-Krugera: niekompetentni ludzie przeceniają własne zdolności wyraźnie częściej – podczas kiedy niedoceniają dokonania innych.

45. Efekt jeziora Wobegon opisuje to samo.

46. Na mocy efektu hard-easy przecenia się prawdopodobieństwo powodzenia przy zadaniu odczuwanym jako trudne, a niedocenia przy odczuwanym jako łatwe.

47. Efekt fałszywego konsensu: fani samochodów przeceniają udział fanów samochodów w populacji.

48. Efekt third-person określa zjawisko wiary w to, że media masowe silniej wpływają na innych niż na siebie samego.

49. Społeczne wychodzenie naprzeciw występuje, kiedy pytani udzielają odpowiedzi, co do których sądzą, że bardziej natrafiają one na społeczną akceptację.

50. Samoprzecenianie się to systematyczna błędna ocena własnych umiejętności i własnych kompetencji.

(ii) Mało informacji

a) Przenosimy nasze aktualne spojrzenie na świat w przeszłość i w przyszłość.

51. Wewnętrzna konsystencja dotyczy pytania, czy na pewno zawsze się już tak myślało – co często nie ma miejsca.

52. Przy błędzie samoopanowania przecenia się swą zdolność do kontroli impulsywnego zachowania.

53. Błąd przewidywania: często się mylimy, myśląc, że inni mają te same priorytety, nastawienia lub przekonania jak my sami.

54. Bias nastawienia na zmiany (pro change bias): założenie, że zaproponowane zmiany ludzie przyjmą bez poprawek.

55. Bias oszczędności czasu: kierowcy jadący szybko przeceniają czas, który przez dalsze zwiększanie prędkości można zaoszczędzić.

56. Błąd planowania: tendencja ludzi i organizacji do niedocenia, ile czasu potrzeba dla zakończenia jakiegoś zadania.

57. Bias pesymizmu: kiedy przecenia się prawdopodobieństwo dojścia do skutku złych wydarzeń.

58. Iluzja wstrząsu powoduje uczucie, że zmartwienia miłosne nigdy się nie skończą (czas trwania emocji jest przeceniany).

59. Deklinacja to przekonanie, że dane społeczeństwo lub instytucja chylą się ku upadkowi.

60. Moralny przypadek: fakt, że również moralnie prawidłowe zachowanie może bazować na szczęściu lub przypadku.

61. Zakłócenie wyniku to błąd, do którego dochodzi przy ocenie jakości jakiejś decyzji, kiedy wynik tej decyzji już jest znany.

62. Też przy błędzie retrospekcji po wszystkim wiedziało się to już przedtem.

63. Różowe retrospekcje natomiast dotyczą tendencji, by przeszłość widzieć jako ładniejszą niż była.

64. Efekt teleskopu: kiedy ludzie postrzegają niedawne wydarzenia jako bardziej odległe niż są, a odległe wydarzenia jako aktualne.

b) Myślimy, że wiemy, co inni ludzie myślą.

65. Iluzja asymetrycznego wglądu: kiedy ludzie swą wiedzę o innych postrzegają tak, aby wiedzę innych o sobie przewyższyć.

66. Iluzja zewnętrznego oddziaływania: błędne mniemanie, że dobre i pozytywne rzeczy powstają przez zewnętrzne wpływy, a nie przez własny trud.

67. Zewnętrzny błąd zachęty: tendencyjnie myśli się, że inni bardziej dają się uwieść przez zewnętrzne bodźce, jak np. pieniądze, niż my sami.

68. Efekt światła rampy: skłaniamy się ku (pozytywnemu bądź negatywnemu) przecenianiu uwagi naszego otoczenia społecznego dla naszej własnej osoby.

69. Jako klątwa wiedzy opisywana jest sytuacja, w której przyjmuje się, że osoba po drugiej stronie ma jakoby ten sam stan wiedzy, jaki ma się samemu.

70. Iluzja transparencji oznacza, że przeceniamy, jak dobrze nasz stan mentalny jest znany i jak dobrze inni potrafią go odczytać.

c) Upraszczamy możliwości i zależności, aby było łatwiej, o nich myśleć.

71. Liczba Millera: opisana przez Georga A. Millera obserwacja, że człowiek jednocześnie jest w stanie utrzymać w pamięci krótkotrwałej tylko 7 ± 2 jednostek informacyjnych jako aktualne.

72. Efekt wartości nominalnej: kiedy łatwiej wydaje się jakąś wartość pieniężną w małych banknotach niż w jednym dużym.

73. Efekt subaddytywności: tendencja oceniania prawdopodobieństwa całości czegoś jako mniejszą, niż prawdopodobieństwo części.

74. Błąd przeżywalności: prawdopodobieństwa powodzenia są systematycznie przeceniane, ponieważ powodzenia są bardziej widoczne.

75. Myślenie bilansem zerowym: tendencja błędnego intuicyjnego myślenia, że dana sytuacja jest bilansem zerowym.

76. Najczęściej fałszywa myśl, że "wszystko, co może się nie powieść, się też nie powiedzie", określana jest jako prawo Murphy'ego (Murphy's Law).

77. Na podstawie błędu normalności nie wierzy się w ostrzeżenia o zagrożeniu lub minimalizuje je.

78. Apel do prawdopodobieństwa to błędny wniosek, że z założenia, iż dojście do skutku jakiegoś wydarzenia jest możliwe, wyprowadzany jest wniosek, że ono też rzeczywiście dojdzie do skutku.

79. Mentalna buchalteria: ludzie dzielą transakcje finansowe na mentalne konta i traktują je w zależności od danego konta na różny sposób.

d) Traktujemy rzeczy lub ludzi, które/którzy są do nas podobni lub które/których lubimy, jako lepsze.

80. Kiedy czas jazdy często używanej drogi wydaje się być krótszy, niż kiedy jedziemy nią pierwszy raz, do głosu dochodzi efekt well-travelled-road.

81. Reaktywna dewaluacja: propozycje innej partii są tendencyjnie dewaluowane.

82. Również syndrom not-invented-here określa dewaluację idei nie pochodzących z własnego ogródka.

83. Efekt pozytywizacji: pozytywne atrybuowanie oznacza, otwarcie być za tym, by wrodzoną predyspozycję jakiejś osoby traktować jako przyczynę jej pozytywnego zachowania, a otaczającą ją sytuację jako możliwą przyczynę jej negatywnego zachowania.

84. Efekt cheerleader mówi, że pojedyncza osoba w grupie ludzi oceniana jest jako bardziej atrakcyjna, niż kiedy spogląda się na nią osobno.

85. Przy efekcie aureoli (halo) wnioskuje się ze znanych dobrych właściwości na inne nieznanne.

86. Faworyzowanie ingroup: skłonność do protegowania lub faworyzowania własnej grupy.

87. Efekt cross-race to gorsze rozpoznawanie twarzy osób nie należących do własnej etnii.

88. Efekt homogenności: tendencja wychodzenia od tego, że członkowie innych grup są do siebie bardzo podobni, a własna grupa jest różnorodna.

89. Efekt confirmacji (myside bias): propozycje strony przeciwnej uznaje się za głupsze niż własnej.

e) Uzupełniamy za pomocą stereotypów, komunałów i dotychczasowych doświadczeń.

90. Efekt placebo każdy zna: sytuacja, kiedy pomaga lek, co do którego nie wiemy, że jest pozbawiony działania, ponieważ się w niego wierzy.

91. Efekt bandwagon (efekt kuli śnieżnej) odnosi się do tendencji przejmowania nastawień po prostu dlatego, że wszyscy inni też to robią.

92. Bias automatyzacji oznacza, że ludzie inaczej oceniają wyniki pochodzące od zautomatyzowanych systemów, niż od jednostek.

93. Authority bias oddziałuje, kiedy opinie ekspertów prędzej uważa się za wiarygodne, nawet kiedy ci są ekspertami w zupełnie innej dziedzinie.

94. Logiczny fałszywy wniosek: wniosek, przy którym wyprowadzona z niego wypowiedź, nie wynika z przesłanek.
95. Wiara w sprawiedliwy świat: oczekiwanie, że na świecie wszystko jest zasadniczo sprawiedliwe.
96. Efekt moral-credential (moralne licencjonowanie): ludzie, którzy zawsze zachowywali się nienagannie moralnie, mogliby sobie cichcem pozwolić na wyjątek.
97. Funkcjonalna fiksacja: uprzedzenie, które ogranicza kogoś do tego, by jakiegoś obiektu używać tylko tak, jak jest on używany tradycyjnie.
98. Esencjalizm: internalizacja przekonania, że ludzie ukierunkowani są w swym zachowaniu i swych właściwościach przez esencjalne jądro ich istoty.
99. Stereotypizacja: szybkie i najczęściej nieświadome etykietowanie, aby móc dyferencjować.
100. Fundamentalny błąd artytucji: przedkładanie wewnętrznych zinternalizowanych przypisań przyczyn ponad zewnętrzne.
101. Grupowy błąd artytucji: dokonania grupowe wyjaśniane są przez własną przynależność grupową, złe natomiast przez brak trudu pozostałych członków.
102. Według efektu torowania (priming) do rezultatu dochodzi się aktywacją u osób testowanych implicytnych treści pamięci.
- f) Skłaniamy się do tego, by widzieć historie i wzory nawet wtedy, kiedy odpowiednie dane są mało przekonujące.
103. Antropomorfizm: uczławianie zwierząt, bogów, rzeczy itp.
104. Pareidolia charakteryzuje zjawisko mylnego rozpoznawania twarzy w rzeczach i wzorach.
105. Iluzoryczna korelacja: efekt przy intuicyjnym wglądzie w zjawiska, kiedy nieistniejąca między nimi korelacja uznawana jest za wyraźnie postrzeganą.
106. Efekt gorącej ręki (hot-hand): w wielu rodzajach sportu fani wierzą, że gracz ma szczególnie mocne fazy.
107. U podstaw tego błędu gracza leży fałszywe wyobrażenie, że przypadkowe wydarzenie staje się bardziej prawdopodobne, kiedy od dłuższego czasu do niego nie doszło.
108. Iluzja aktualności to wrażenie, że coś musi być nowe, mimo iż od dawna jest to etabliowane – a tylko samemu teraz dopiero się to zauważyło.
109. Błąd zamaskowanego mężczyzny (masked-man): kiedy ktoś twierdzi, że, ponieważ Peter Parker jest Spidermanem i nowojorczyki wiedzą, że Spiderman uratował ich miasto, to nowojorczyki wiedzą też, że Peter Parker uratował ich miasto.

110. Na mocy iluzji obowiązywania przeceniana jest zdolność interpretacji wyników szeregu danych, szczególnie kiedy owe dane odpowiadają jakiemuś wzorowi.

111. Błąd anegdotyczny: w historii, które krążą na mocy osobistej anegdoty, tendencyjnie bardziej się wierzy.

112. Ignorowanie prawdopodobieństwa: nieduże ryzyko jest tendencyjnie albo kompletnie ignorowane albo bezgranicznie przeceniane.

113. Sample bias: brak uwzględniania dokładności i niepewności przy określonej wielkości próby.

114. Iluzja grupowania (clustering): przypadkowym wzorom, które nieuchronnie pojawiają się w dużych zbiorach danych, przypisywane są znaczenia.

115. Konfabulacja: wypełnianie luk w pamięci spontanicznie zmieniającymi się pomysłami, uznawanymi za rzeczywiste przeżycia.

(iii) **Zalew informacji**

a) Błędy u innych zauważamy bardziej niż własne.

116. Naiwny realizm: postrzeganie, które wychodzi od tego, że rzeczy zasadniczo są takie, jakimi nam się ukazują.

117. Naiwny cynizm: kiedy ludzie oczekują więcej egocentrycznych uprzedzeń u innych, niż rzeczywiście ma to miejsce.

118. Błąd martwego pola (bias blind spot): tendencyjna niezdolność rozpoznawania zniekształcających wpływów na nas samych.

b) Przyciągają nas detale, potwierdzające własne przekonania.

119. Refleks Semmelweisa lub też refleks 'już zawsze to tak robiliśmy'.

120. Przez efekt continued-influence również zdyskredytowane i przestarzałe informacje nadal wywierają wpływ.

121. Subiektywna walidacja: dana wypowiedź uznawana jest za poprawną, ponieważ wykazuje dla danej osoby osobiste znaczenie lub signifikację.

122. Efekt strusia: chowanie głowy w piasek, by zapobiec negatywnym informacjom.

123. Bias oczekiwań: kiedy oczekiwania dotyczące jakiegoś działania, wyniku itp. wpływają na postrzeganie własnego zachowania lub zachowania kogoś obcego.

124. Efekt Hawthorne: kiedy w studiach obserwacyjnych ich uczestnicy zmieniają swe naturalne zachowanie, ponieważ wiedzą, że są obserwowani.

125. Przy efekcie eksperymentatora chodzi o wpływ na wyniki badawcze przez subiektywne wpływy kierującego badaniem.

126. Selektywne postrzeganie: bodźce otoczenia są kategoryzowane, a przeczące naszym przekonaniom przemilczane.

127. Efekt wspierania decyzji (bias choice-supportive): tendencja do późniejszego lepszego oceniania decyzji.

128. Decyzje (mało sensowne) podjęte za pomocą późniejszej racjonalizacji są następnie uzasadniane racjonalnymi argumentami.

129. Efekt kongruencji to uprzedzenie, przy którym testuje się swe własne przekonania i hipotezy, aby je potwierdzić, zamiast wziąć pod uwagę też inne możliwości.

130. Błąd potwierdzenia: skłonność, aby informacje odpowiadające własnemu obrazowi świata, prędzej zaakceptować.

c) Zmiany rzucają się w oczy.

131. Zgodnie z prawem Webera-Fechnera małe zmiany przy małym punkcie wyjścia są postrzegane, przy dużym punkcie wyjścia – nie.

132. Przy iluzji pieniądza ludzie orientują się na nominalną wartość pieniędzy, nie uwzględniając przy tym inflacji.

133. Efekt framingu: oceny mogą się zmienić, kiedy informacje są inaczej prezentowane.

134. Zgodnie z efektem fokusowania przy decyzjach dotyczących przyszłości kładzie się za duży nacisk na przeszłe wydarzenia.

135. Zgodnie z błędem dyferencjacji skłaniamy się ku przecenianiu różnic między dwoma rzeczami, kiedy analizujemy je wspólnie.

136. Efekt kontrastu: jakiś samochód subiektywnie wydaje się być drogi, w porównaniu z samolotem jest jednak tani.

137. Konserwatyzm: postawa zorientowana na przeszłość; mała otwartość na zmiany.

138. Przy efekcie kotwicy informacje z otoczenia wpływają w charakterze kotwicy na znalezienie decyzji.

d) Rzeczy osobliwe, wesołe, wizualnie rzucające się w oczy i uczłowieczone są bardziej zauważalne, niż pozbawione tych cech.

139. Bias negatywności dba o to, że krytykę odczuwa się silniej niż chwalenie.

140. Efekt auto-relewancji: przypomina się sobie lepiej te informacje, które są relewantne dla siebie samego.

141. Przy efekcie przewagi obrazów chodzi o to, że ludzie łatwiej zapamiętują obrazy niż słowa. W relacji do słów obrazy zatem 'górują'.

142. Efekt Restorffa (izolacji): spośród zbioru podobnych obiektów zapamiętuje się najlepiej ten, który najbardziej różni się od pozostałych.

143. Efekt humoru: rzeczy, które zmuszają nas do śmiechu, przypominamy sobie lepiej.

144. Efekt bizarreness (osobliwości) mówi, że rzeczy, które wyglądają dziwnie, lepiej pozostają w pamięci niż rzeczy o zwykłym wyglądzie.

e) Postrzegamy przede wszystkim te rzeczy, które już są zakotwiczone w pamięci lub są często powtarzane.

145. Błąd przewalencji: jakiejś specyficznej informacji przypisujemy wyższą wartość niż, na przykład, danym.

146. Efekt zaniechania: aktywne kłamstwo oceniane jest jako gorsze, niż przemilczanie prawdy.

147. Luka empatii: tendencja do niedoceniań wpływu stanu mentalnego na zachowanie.

148. Fenomen Baader-Meinhof to wrażenie, że subiektywnie relewantny temat nagle wszędzie się pojawia.

149. Iluzja frekwencji opisuje ten sam fenomen.

150. Kongruencja nastroju: tendencja łatwiejszego przypominania sobie rzeczy, pasujących do nastroju, na przykład w trakcie urlopu – inne urlopy.

151. Przy intencjonalnym zapominaniu (cue) chodzi o niezdolność do wywołania wiedzy, mimo iż dokładnie się wie, że wiedza ta gdzieś tam w pamięci jest.

152. Efekt kontekstu mówi, że postrzeganie jakiejś rzeczy zależne jest od środowiska lub sytuacji.

153. Efekt czystej ekspozycji (Mere-Exposure): już samo powtarzające się postrzeganie jakiejś rzeczy skutkuje pozytywniejszą oceną. W ten sposób bliskie nam osoby uznajemy za bardziej atrakcyjne.

154. Efekt iluzorycznej prawdy: zjawisko, przy którym powtarzające się wypowiedzi częściej oceniane są jako prawdziwe niż jednorazowe.

155. Polaryzacja uwagi (uważnego nastawienia): kiedy kieruje się uwagę na określony bodziec, a pomija przy tym alternatywne bodźce.

156. Według heurystyki dostępności dla oceny prawdopodobieństw faworyzowane są w pamięci szczególnie łatwo dostępne wydarzenia.

(iv) **Ograniczona pamięć**

a) Wspomnienia są różnie zapisywane w pamięci w zależności od tego, jak postrzegaliśmy swego czasu dane rzeczy.

157. Zjawisko 'mam to na końcu języka': uczucie, że jakieś słowo nie może być przywołane z pamięci, w kombinacji z uczuciem, że owo przywołanie zaraz nastąpi.

158. Efekt Google: tendencja do zapominania informacji, które łatwo mogą zostać znalezione online za pomocą internetowych wyszukiwarek.

159. Efekt 'next-in-line': kiedy wiele osób i my sami coś mówimy, wtedy najtrudniej przypominamy sobie tego, który mówił bezpośrednio przed nami, ponieważ było się już zbyt zajęty własną wypowiedzią.

160. Efekt testowania mówi, że procesy uczenia się wtedy są efektywniejsze, kiedy treść nauczania przywołana zostaje aktywnie z pamięci, a nie kiedy jest pasywnie – na przykład przez powtarzane czytanie – powtarzana.

161. Nieobecność duchem to stan psychiczny, przy którym delikwenci wykazują mniejszą uwagę i często doświadczają odwrócenia uwagi.

162. Zasięg przetwarzania: przy opracowywaniu nowych informacji, a tym samym późniejszym przypominaniu ich sobie decydujące są rodzaj i wymiar ich elaboracji.

b) Redukujemy to, co postrzegamy, do tego co istotne.

163. Efekt sufiksu prowadzi do tego, że przypomnienie sobie ostatniego pojęcia z jakiejś listy pogarsza się, kiedy mniej istotne pojęcie stoi na końcu tej listy.

164. Efekt seryjnej pozycji: najlepiej przypominamy sobie pierwsze i ostatnie elementy jakiegoś szeregu.

165. Efekt świeżości określa ludzką właściwość, polegającą na tym, że ostatnie wrażenie oddziałuje szczególnie silnie.

166. Efekt prymarności potwierdza tę obserwację.

167. Pod pojęciem zahamowania pamięci rozumie się zdolność, niezapamiętywania nierelevantnych informacji.

168. Efekt modalności mówi, że za pomocą wizualizacji uczymy się lepiej wtedy, kiedy towarzyszący jej tekst nie jest równocześnie podawany formie pisemnej, lecz prezentowany jest akustycznie.

169. Ignorowanie czasu trwania (duration-neglect): oceny dotyczące bolesnych doświadczeń nie są zależne od czasu trwania tych doświadczeń, lecz od natężenia bólu.

170. Efekt 'list-length': zjawisko, polegające na tym, że zapamiętuje się tylko małą część jakiejś listy. Jednak kiedy lista się wydłuża, wtedy zapamiętuje się też więcej rzeczy z tej listy.

171. Efekt 'serial-recall': wcześniej zaprezentowane rzeczy powtarza się tendencyjnie w tej kolejności, w jakiej zostały zaprezentowane.

172. Efekt błędnej informacji: fałszywe informacje, otrzymane po jakimś wydarzeniu, mają wpływ na przypominanie sobie początkowego wydarzenia.

173. Niwelowanie i wyostrenie to ten proces przy opowiadaniu jakiejś historii, w którym jej punkty szczytowe się dramatyzuje, a luki w pamięci wypełnia własnymi informacjami.

174. Reguła 'peak-end': intensywne momenty oraz koniec przypominamy sobie po jakimś przeżyciu szczególnie dobrze. Odrzucamy to co specyficzne, aby tworzyć uogólniające wypowiedzi.

175. Bias blaknięcia (fading efekt): kiedy wspomnienia, związane z negatywnymi emocjami, zapominane są szybciej, niż związane z pozytywnymi emocjami.

176. Bias negatywności: kiedy negatywne myśli, uczucia i przeżycia mają silniejszy wpływ na nasze myślenie i działanie niż pozytywne.

177. Uprzedzenia: pojęcie zbiorcze.

178. Implicytne stereotypy: zakładamy nieświadomie, że członkowie jakiejś grupy posiadają określone właściwości, mimo iż nie dysponujemy żadnymi informacjami o poszczególnych osobach.

c) Opracowujemy i wzmacniamy wspomnienia po wszystkim.

179. Efekt odstępu opisuje zjawisko zapominania: przypominamy sobie wydarzenia tym gorzej, im dalej leżą w przeszłości.

180. Sugestywność: mylimy czasami twierdzenia, które przez pytającego są zakładane, z faktami.

181. Fałszywe wspomnienie: mylimy fantazję z prawdziwymi wspomnieniami.

182. Kryptomnesia: mylimy realne wspomnienia z wyobrażeniami, fantazją (tak zwany podświadomy plagiat).

183. Błędna atrybucja występuje wtedy, kiedy ktoś nie przypomina sobie, skąd pochodzą określone wspomnienia.

184. Błąd przyporządkowania: fałszywe przyporządkowanie jakiegoś wspomnienia występuje wtedy, kiedy jakiś początkowo prawdziwy aspekt wspomnienia został zniekształcony przez czas, przestrzeń lub okoliczności."