

**LA PSYCHOLOGIE DU JEU,  
OÙ EN SOMMES-NOUS ?**  
(recherche)

---



Le bulletin « **La psychologie du jeu, où en sommes-nous ?** » s'adresse à toute personne s'intéressant à la recherche scientifique sur le « gambling » et à la psychologie des jeux de hasard et d'argent. Le bulletin prendra la forme d'un court texte résumant une étude présentement en cours ou qui vient d'être réalisée au Centre. Les thèmes abordés seront diversifiés dans le but de représenter la diversité des travaux du Centre et de satisfaire les intérêts du plus grand nombre de personnes.

L'objectif de cette publication mensuelle est de mettre à la portée du plus grand nombre de personnes les nouveautés et découvertes dans le domaine du jeu.

## **Numéro 6, Février 2005**

### **Gambling sur Internet : taux de retour trompeurs pendant la période d'essai <sup>1</sup>.**

Puisque le jeu sur Internet n'est pas réglementé sur une base mondiale, d'aucun peut suspecter que certains sites de jeux vont tirer avantage de cette absence de législation dans le dessein d'utiliser des stratégies douteuses ayant pour but d'attirer les gens. Une de ces stratégies pourrait bien se traduire par l'utilisation de taux de retour exagérés pendant la phase d'essai ou de pratique. Le taux de retour se définit opérationnellement comme étant le montant d'argent gagné divisé par le montant d'argent gagé, multiplié par 100. De manière à faire des profits, les casinos doivent utiliser un taux de retour inférieur à 100 %. Il apparaît très clair qu'aucun site ne peut offrir des taux de retour supérieur à 100 %; si c'était le cas, il perdrait de l'argent. Donc, l'utilisation de taux exagérés lors d'une session d'essai peut correspondre à une stratégie de renforcements visant à convaincre les joueurs potentiels de commencer à jouer pour de l'argent réel.

Justement, les renforcements monétaires font en sorte de garder le joueur au jeu plus longtemps (Dickerson, Hinchy, England, Fabre, & Cunningham, 1992; Ladouceur & Dubé, 1997). En fait, quand les joueurs vivent des renforcements (gains), ils ont tendance à vouloir reproduire le comportement qui les a fait gagner. De la même manière, les joueurs qui détiennent des pensées erronées face au jeu, comme la croyance qu'ils peuvent avoir le dessus sur le hasard ou sur les résultats du jeu, vont avoir tendance à maintenir leurs habitudes de jeu (Blaszczynski, 2000; Ladouceur, Sylvain, Boutin, & Doucet, 2002; Ladouceur & Walker, 1998; Milton, 2001; Toneatto, Blitz-Miller, Calderwood, Dragonetti, and Tsanos,

1997).

Une fois branché sur un site de jeu virtuel, le joueur se voit offrir l'opportunité de tester le jeu pour le plaisir avant de jouer pour de l'argent réel. Selon plusieurs opérateurs de site de jeux, la période d'essai procure les mêmes caractéristiques que les parties réelles. Cependant, aucune recherche n'a permis de déterminer si les taux de retour de la période d'essai s'apparente vraiment à ceux programmés pour des parties réelles.

## Objectifs

Le but de cette étude consistait à vérifier si les sites arborant des machines à sous procureraient des taux de retour exagérés pendant la période d'essai. Nous avons également voulu savoir si les taux de retour s'avéreraient semblables quand les gens jouent pour le plaisir (période d'essai) comparativement à lorsqu'ils jouent pour de l'argent réel. Afin de mener cette étude à bien, elle fut divisée en deux phases où les sommes d'argents jouées étaient enregistrées à chaque partie afin de calculer un taux de retour après 100 et après 500 parties.

## Résultats

Les résultats de la phase 1 révèlent que 45 (39 %) sites offrent un taux de retour supérieur à 100 % après les 100 premières parties de la période d'essai; ces sites permettaient donc au joueur de faire un profit. De plus, 21 de ces 45 sites ont maintenu ces taux profitables au joueur pendant les 500 parties jouées. Comment ces sites réagissent-ils quand les joueurs parient de l'argent réel ?

Dans la phase 2, 5 sites ont été aléatoirement sélectionnés parmi ceux présentant un taux supérieur à 100 % aux deux mesures de la phase 1 (100 parties et 500 parties). Les sites sélectionnés devaient fournir les mêmes jeux à la phase 2 que ceux investigués à la phase 1 lors de la période d'essai.

Une analyse descriptive montre que 4 des 5 sites sélectionnés ont présenté des taux de retour inférieurs à 100 % aux sessions de jeu réel. En tout, nous avons perdu de l'argent sur 4 sites et terminé sans profit ni perte sur le cinquième. Brièvement, aucun site visité n'a offert de taux de retour permettant de recevoir un profit encaissable, à l'opposé des parties d'essai.

Même si le jeu réel n'a pas été profitable sur les sites visités, on pourrait argumenté que les taux de retour rencontrés dans la phase 1 étaient dus au hasard. C'est pourquoi une troisième visite a eu lieu sur ces 5 sites afin de vérifier s'ils allaient à nouveau offrir des taux exagérés dans la période d'essai. Ils l'ont tous fait. Est-ce que la chance peut être du côté du joueur seulement lorsqu'il joue pour le plaisir?

## **Anecdotes**

Certains sites offrent des crédits gratuits lorsque le joueur s'ouvre un compte pour jouer avec de l'argent réel. Cependant, des règles spéciales s'appliquent à ces crédits. Une de ces règles réfère au fait que les sites ne paieront pas les gains si le joueur ne joue pas un minimum de parties ou un minimum d'argent avec les crédits reçus. Supposons qu'un joueur insère 80\$ dans son compte et reçoivent 50\$ en crédits gratuits. Le compte totalise 130\$ dont il peut disposer pour jouer. C'est intéressant de noter que si ce joueur perd 45\$, le site considère qu'il a perdu son propre argent (45\$ des 80\$), et ne va permettre qu'un encaissement de 35\$. Mais, si le joueur gagne 45\$ au lieu de perdre 45\$, alors le site ne paiera pas le joueur en clamant que la gageure a été faite avec le 50\$ de crédits gratuits (pas son 80\$) et qu'il n'a pas joué assez de parties pour réclamer son gain.

De plus, plusieurs messages transmettant des pensées erronées ont été reçus. Par exemple, certains sites ont mis l'accent sur les bons résultats obtenus lors des parties d'essai et ont incité le joueur à utiliser ses habiletés dans des parties réelles («Challenge your skill with real money»). Plusieurs sites utilisaient des fenêtres de style «Pop-up» pour envoyer des messages incitant le joueur à jouer pour de l'argent réel. Nous avons reçus des milliers de courriers électroniques durant et après l'expérimentation. Leur contenu favorisait souvent l'émergence des pensées erronées ou de l'illusion de contrôle : «Practice really does make perfect», «You are one of our smartest fun players», et «Based on your playing skills...».

## **Discussion**

Cette étude a montré que certains opérateurs de sites Internet utilisent des taux de retour exagérés pendant la période d'essai et de l'information erronée afin d'attirer les gens à leur site. Les taux exagérés peuvent avoir un impact sur la pensée des gens parce qu'ils leurs indiquent que s'ils ont gagné pendant la session d'essai, ils pourraient bien gagner également du vrai argent. Un tel renforcement peut inciter certains joueurs à tenter leur chance avec de l'argent réel et ainsi leur faire perdre de l'argent.

De plus, certains opérateurs n'hésitent pas à envoyer des messages qui suscitent l'émergence des pensées erronées sur le jeu, probablement dans l'espoir que ces pensées vont encourager les joueurs à visiter leur site. Puisque les pensées des joueurs sont directement reliées à leur persistance au jeu, (Blaszczynski, 2000; Ladouceur, Sylvain, Boutin, & Doucet, 2002; Ladouceur & Walker, 1998; Toneatto, Blitz-Miller, Calderwood, Dragonetti, and Tsanos, 1997), il est fort probable que ceux qui croiront ces publicités perdront leur argent lorsqu'ils joueront pour de l'argent réel.

Dans le contexte du jeu responsable, les gens devraient être mis au courant des dangers du gambling sur Internet, car ce dernier peut les mettre dans une situation à risque de développer des problèmes de jeu (Blaszczynski, Ladouceur, & Shaffer, 2004). C'est d'autant plus le cas chez les jeunes puisqu'ils se voient constamment offrir des liens directs avec des maisons de jeux lorsqu'ils naviguent ou jouent à des jeux en ligne. Griffiths and Parke (2002) ont revu les impacts négatifs possibles du gambling sur Internet. Même si les gens ne développent pas de problèmes de jeu, ils vont probablement perdre de l'argent s'ils ne résistent pas à la tentation que leur procurent certains opérateurs de sites Internet. Et

même s'ils gagnent de petits montants d'argent, ce n'est pas garanti qu'ils se feront payer. Afin de prévenir que les gens ne perdent beaucoup d'argent, ne pourrions-nous pas demander la collaboration des banques et des compagnies émettrices de cartes de crédits afin de les inciter à refuser de faire crédit aux clients qui dépassent certaines limites sur Internet. Serait-ce de l'ingérence ou de la prévention?

<sup>1</sup> Cette étude a été subventionnée par le Ministère de la Santé et des Services Sociaux du Québec. L'article complet est disponible via le site [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com) ou le journal *Computers in Human Behavior*, 21(1), 153-158 (2005).

## Références

Blaszczynski, A. (2000). *Overcoming Compulsive Gambling*. London: Robinson.

Blaszczynski, A., Ladouceur, R., & Shaffer, H. (2004). A Science-Based Framework for Responsible Gambling: The Reno Model. *Journal of Gambling Study*.

Dickerson, M. G., Hinchy, J., England, S. L., Fabre, J., & Cunningham, R. (1992). On the determinants of persistent gambling behaviour in high-frequency poker machine players. *British Journal of Psychology*, 83, 237-48.

Griffiths, M. D. & Parke, J. (2002). The social impact of internet gambling. *Social Science Computer Review*, 20, 312-20.

Ladouceur, R., & Dubé, D. (1997). Monetary incentive and erroneous perceptions in American roulette, *Psychology*, 34, 27-32.

Ladouceur, R., Sylvain, C., Boutin, C., Doucet, C. (2002). *Understanding and treating pathological gamblers*. London: Wiley.

Ladouceur, R., and Walker, M. (1998). 'The cognitive approach to understanding and treating pathological gambling', In A. S. Bellack and M. Hersen (eds.), *Comprehensive clinical psychology*. New York, Pergamon, pp.588-601.

Milton, S. (2001). *Stop Gambling: A Self-Help Manual for Giving up Gambling*. Australia: Pan Macmillan.

Toneatto, T, Blitz-Miller, T., Calderwood, K., Dragonetti, R., and Tsanos, A. (1997). Cognitive distortions in heavy gambling, *Journal of Gambling Studies*, vol.13, pp.253-66.