

Методы оценки влияния социально-психологических факторов на рациональное, ограниченно рациональное и иррациональное поведение экономических агентов

Научный руководитель – Тутов Леонид Арнольдович

Седова Анастасия Константиновна

Выпускник (магистр)

Московский государственный институт международных отношений, Факультет международного бизнеса и делового администрирования, Москва, Россия

E-mail: nastasia.konsta@gmail.com

Современное методологическое обеспечение социальных, экономических, психологических и нейробиологических аспектов в поведении индивидов включает широкую совокупность оценочно-аналитических инструментов - от интервьюирования и опросов до функциональной диагностики. Но всю эту совокупность можно дифференцировать в две основные группы:

- 1) прямые (директивные) методы оценки;
- 2) косвенные (опосредованные) методы оценки.

Прямые (директивные) методы оценки влияния тех или иных факторов на поведение экономических агентов образованы совокупностью оценочно-аналитических инструментов, которые позволяют непосредственно выявить связь между влиянием факторов и индивидуальными поведенческими девиациями на основе четкой идентификации зависимости между поданным стимулом и последующим поведенческим актом, что позволяет зарегистрировать причинно-следственную связь в естественных условиях жизнедеятельности социума, либо в корректно поставленном полевом эксперименте. К прямым методам оценки следует отнести интервью, анкетирование, функциональная диагностика мозга (обычно используют в нейроэкономике для регистрации когнитивного ответа на внешний прямой или опосредованный стимул). Оценка влияния социально-психологических и нейро-факторов на поведение экономических агентов с использованием прямых методик предполагает формирование референтной группы респондентов, которая отвечает тем или иным статистическим показателям.

Непрямые или косвенные методы оценки рациональности / иррациональности поведения экономических агентов включают совокупность инструментов, которые позволяют выявить опосредованную связь между причиной (стимулы выбора и принятия решений) и следствием (тип поведения экономического агента). К таким косвенным методам следует отнести психологическое тестирование и социометрию. Психодиагностика позволяет выявить индивидуально-поведенческие характеристики экономического агента в заданном фрейме (т.е. в границах того или иного теста, например, тестов интеллекта, креативных тестов и т.п.).

Некоторые психологические тесты содержат значительный объем тезисов, вопросов или утверждений, которые следует изучить тестируемому в процессе психодиагностики, это также ведет к искажениям в результате чрезмерной интеллектуально-когнитивной нагрузки на экономического агента, субъективно не готовому к ней. Так, например, известный тест ценностей Ш. Шварца, который является основой для изучения динамики ценностей, разделяемых (признаваемых) индивидами в контексте влияния институциональных изменений, включает 57 тезисов, описывающих ту или иную ценность (под ценностью Ш. Шварц понимал осознаваемые индивидом потребности, формирующиеся или зависящие от институционального контекста [2]). Очевидно, что, во-первых, ценностный тест

затрагивает преимущественно внешний поведенческий аспект, а, во-вторых, интерпретация результатов теста содержит лишь общие описания мотивов и стимулов, определяющих поведение экономического агента. Это означает, что при наличии даже незначительных методических погрешностей будет иметь место эффект Барнума [5].

Более точным и достоверным косвенным методом исследования поведенческих паттернов и поведенческих девиаций является социометрия, но не в корпоративном ее приложении, а в концепте исследования качества социально-экономических контрактов. Социометрия базируется на исследовании предпочтений, неприятий и безразличий, которые демонстрируют экономические агенты в рамках социально-экономического взаимодействия.

С методической точки зрения необходимо дифференцировать поведение экономических агентов не только по типу, но и в соответствии с их возрастной категорией, поскольку, как показывают труды Т. Кассера с соавторами [1], младшие возрастные категории экономических агентов могут демонстрировать выученное ограниченно рациональное или иррациональное поведение, так называемый экономический поведенческий импринтинг [6]. Напротив, старшие возрастные категории экономических агентов могут демонстрировать реакционное ограниченно рациональное или иррациональное поведение (экономический поведенческий реакционизм). Этим двум возрастным категориям весьма сложно изменить свой тип поведения или сделать его несколько более рациональным в силу либо недостаточно развитой нейробиологии (в первом случае), либо чрезмерно ограниченного мышления (во втором случае). Наиболее адаптивной возрастной категорией в части способностей к изменению типа поведения является средняя возрастная категория [3].

Для каждого возрастного социума факторы, детерминирующие тот или иной поведенческий тренд, будут находиться в различном соотношении (имеется в виду соотношение субъектных и контекстных факторов), поскольку выбор и принятие решений экономическими агентами будет обусловлено такими антропологически важными составляющими жизнедеятельности человека как: ресурсы, отношения (межличностные и половые) и социально признаваемые статусы. Так, например, для возрастной группы молодых людей (социум 18-30 лет) образование и доход имеют меньшее значение, т.к. тип экономического поведения этого социума формируется и может быть в дальнейшем трансформирован, то в более старших возрастных группах (от 31 до 55/60 лет и от 56/60 лет и старше) и доходы, и образование будут иметь высокое влияние, тем более выраженное, чем сложнее конкуренция за ресурсы, статусы или отношения.

Таким образом, следует, что поведенческий тренд, который предполагает отклонение от медианы (здесь медиана есть саморегулируемое ограниченно рациональное поведение), требует регуляции с использованием теории и методологии управляемого выбора, т.е. теории подталкивания. Это следует реализовывать за счет построения архитектуры выбора, которая будет склонять экономических агентов к наиболее правильному и рациональному поведению, не приносящему вреда физическому и психическому здоровью индивида, а также не приносящему неустраняемого вреда сообществу, в котором действует этот индивид [4].

Источники и литература

- 1) Кассер Т. Быть или иметь? Психология культуры потребления. М.: Издательство "Манн, Иванов и Фербер", 2015
- 2) Шварц Ш. и др. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2012. Т. 9. №. 2.

- 3) Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики (Misbehaving: The Making of Behavioral Economics). М.: Издательство "ЭКСМО", 2018
- 4) Талер Р., Санстейн К. Nudge. Архитектура выбора. М.: Манн, Иванов и Фербер (МИФ), 2017
- 5) Dickson D. H., Kelly I. W. The 'Barnum Effect' in personality assessment: A review of the literature // Psychological Reports. 1985. Vol. 57. №. 2. pp. 367-382
- 6) Marquis C., Tilcsik A. Imprinting: Toward a multilevel theory // Academy of Management Annals. 2013. Vol. 7. no 1. pp. 195-245