

УДК 159

DOI: 10.34670/AR.2020.45.1.014

**Социально-психологические аспекты экономического поведения****Фокина Наталья Юрьевна**

Старший преподаватель  
кафедра физического воспитания  
Финансовый университет при Правительстве РФ,  
125993, Российская Федерация, Москва, просп. Ленинградский, 49;  
e-mail: NFokina@fa.ru

**Аннотация**

В статье исследуется влияние социально-психологических аспектов на деятельность человека, на процесс принятия решений и формирование моделей поведения. В частности, рассматривается экономическое поведение, его составляющие и связанные с ним когнитивные процессы, в которых выделяются рациональное и интуитивное начала. В заключении отмечается, что экономическое поведение обусловлено комплексом аспектов, а иррациональное начало и интерсубъективный опыт, определяющий будущие стратегии, приобретают все большее значение. Экономическое поведение обусловлено сложной системой взаимодействия социальных и психологических элементов. Не отрицая наличие рациональных механизмов, все большую роль начинает играть иррациональное начало и интерсубъективный опыт, который корректирует и предопределяет будущие стратегии. В частности, особое значение в принятии решений имеют уровень доверия в экономических системах, представления о справедливости и социальные нормы, опосредующие конкретный опыт в контексте "нарратива".

**Для цитирования в научных исследованиях**

Фокина Н.Ю. Социально-психологические аспекты экономического поведения // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2020. Т. 9. № 1А. С. 115-122. DOI: 10.34670/AR.2020.45.1.014

**Ключевые слова**

Социальная психология, социология, экономическая психология, экономическая безопасность.

## Введение

В условиях динамичности развития экономических систем на фоне компьютеризации и глобального развития искусственного интеллекта, все большее значение приобретают когнитивные и социально-психологические аспекты деятельности человека. Материальные результаты деятельности все больше зависят от нематериальных мотивов, от обстоятельств морального, нравственного порядка, от ожиданий людей, их доверия, ощущений и пр. Происходит кардинальное переосмысление таких ключевых бинарных понятий поведенческой экономики, как “рациональность – иррациональность”, “субъективность – объективность”, понимания, каким образом они влияют на формы экономической активности, на процесс принятия решения и формирование устойчивых моделей поведения.

Прежде чем анализировать природу факторов, влияющих на выбор той или иной альтернативы, необходимо определить экономическое поведение, как дефиницию и его ключевые особенности.

Ввиду междисциплинарного характера исследуемых аспектов, в данной работе *экономическое поведение* представляет собой систему социальных действий, которая, во-первых, связана с использованием различных экономических ценностей (ресурсов) и, во-вторых, ориентирована на получение прибыли (вознаграждения) от их обращения [Верховин, 194]. Как материального (вознаграждение, прибыль), так и нематериального (признание, изменение отношения) свойства.

Рассматривая экономическое поведение как объект исследования, ученые, как правило, выделяют для анализа три тесно взаимосвязанные составляющие [Манахова, 2017, 118]:

1. Когнитивные (познавательные) компоненты. Восприятие, осмысление, понимание своего места в ситуации, – все это предшествует принятию того или иного решения.
2. Субъективное отношение, окрашенное чувствами, то есть аффективные (эмоциональные) компоненты.
3. Конкретное действие или, наоборот, его сдерживание, то есть конативные (действенно-динамические) аспекты.

Когнитивный процесс субъекта (процесс восприятия и переработки информации, принятия решений) рассматривается как “раздвоенный процесс”, при участии двух относительно автономных систем психики - интуитивной и сознательной. Что условно можно противопоставить, как действие “иррационального” и “рационального” начала соответственно.

По мнению исследователей Д. Канемана и В. Смита, экономическим поведением в большинстве случаев управляют интуитивные “когниции”, а рациональное мышление используется лишь для корректировки. Таким образом, восприятие реальности происходит не только через сознание и перерабатывается мышлением в длительные закрепленные реакции, но и непосредственно предсознанием или сферой бессознательного (т.е. сферой врожденных инстинктов). Психолог Д. Канеман в ходе совместного исследования экономического поведения с другими учеными, выделяет следующие характеристики, которые лежат в основе двух типов когнитивных процессов, названных Системой 1 (“Автопилот”) и Системой 2 (“Пилот”) соответственно (рис.1).

Первая из них отвечает за интуитивные процессы и порождает впечатления относительно объектов восприятия, которые не подвластны воле и не нуждаются в вербальном выражении. Они носят ассоциативный, одномоментный характер в отличие от “суждений” системы 2, которые более последовательны и контролируемы (рис. 2). Одной из функций системы 2

является мониторинг качества как мыслительных процессов, так и очевидного поведения. В силу его неопределенности и медлительности, появляется множество интуитивных суждений, в том числе и ложных. И их тем больше, чем проще объект восприятия. Важным для теории экономического выбора является вывод, что при наличии опыта и дефиците времени система 2 вообще не работает и решения принимаются интуитивно. Впечатления, порождаемые системой 1 управляют суждениями и умозаключениями до тех пор, пока не трансформируются или не отвергаются сознательными процессами системы 2.



Рисунок 1 – Типы когнитивных процессов Д. Канемана

Первая из них отвечает за интуитивные процессы и порождает впечатления относительно объектов восприятия, которые не подвластны воле и не нуждаются в вербальном выражении. Они носят ассоциативный, одномоментный характер в отличие от “суждений” системы 2, которые более последовательны и контролируемы (рис. 2). Одной из функций системы 2 является мониторинг качества как мыслительных процессов, так и очевидного поведения. В силу его неопределенности и медлительности, появляется множество интуитивных суждений, в том числе и ложных. И их тем больше, чем проще объект восприятия. Важным для теории экономического выбора является вывод, что при наличии опыта и дефиците времени система 2 вообще не работает и решения принимаются интуитивно. Впечатления, порождаемые системой 1 управляют суждениями и умозаключениями до тех пор, пока не трансформируются или не отвергаются сознательными процессами системы 2.

Decision making is a mixture of both system 1 and system 2 thinking – it can be considered as a continuum rather than a discrete choice between systems.

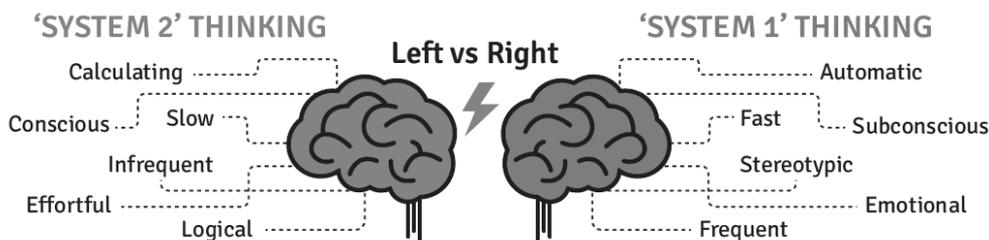


Рисунок 2 – Характерные особенности когнитивных систем в процессе принятия решения

Резюмируя, Д. Канеман делает вывод, что в большинстве случаев наше поведение интуитивно, и квалифицировано (т.е. предполагает наличие определенных знаний, навыков и умений), очевидно и успешно. В некоторых случаях возникает необходимость скорректировать интуитивные суждения, но само впечатление так или иначе составляет привязку нашего суждения. Таким образом, экономическое поведение определяется, чаще всего интуицией (по существу рефлексами), а уже потом и на этой основе – расчетами.

Профессор Уорикского университета в области поведенческой экономики И. Влаев при анализе корпоративных стратегических бизнес-решений смоделировал структуру девяти основных мощных социально-психологических аспектов или эффектов (Mindspace), оказывающих влияние на экономическое поведение субъекта (рис. 3) [Dolan P., Hallsworth M., Halpern D., King D., Metcalfe R., Vlaev I., 2012].

Данная схема позволяет также объективировать предубеждения и механизмы, которые с разной долей активности проявляются в процесс принятия решений. Можно условно разделить выявленные аспекты на “социальные” и “психологические”.

*К первой группе (“социальные”) относятся следующие:*

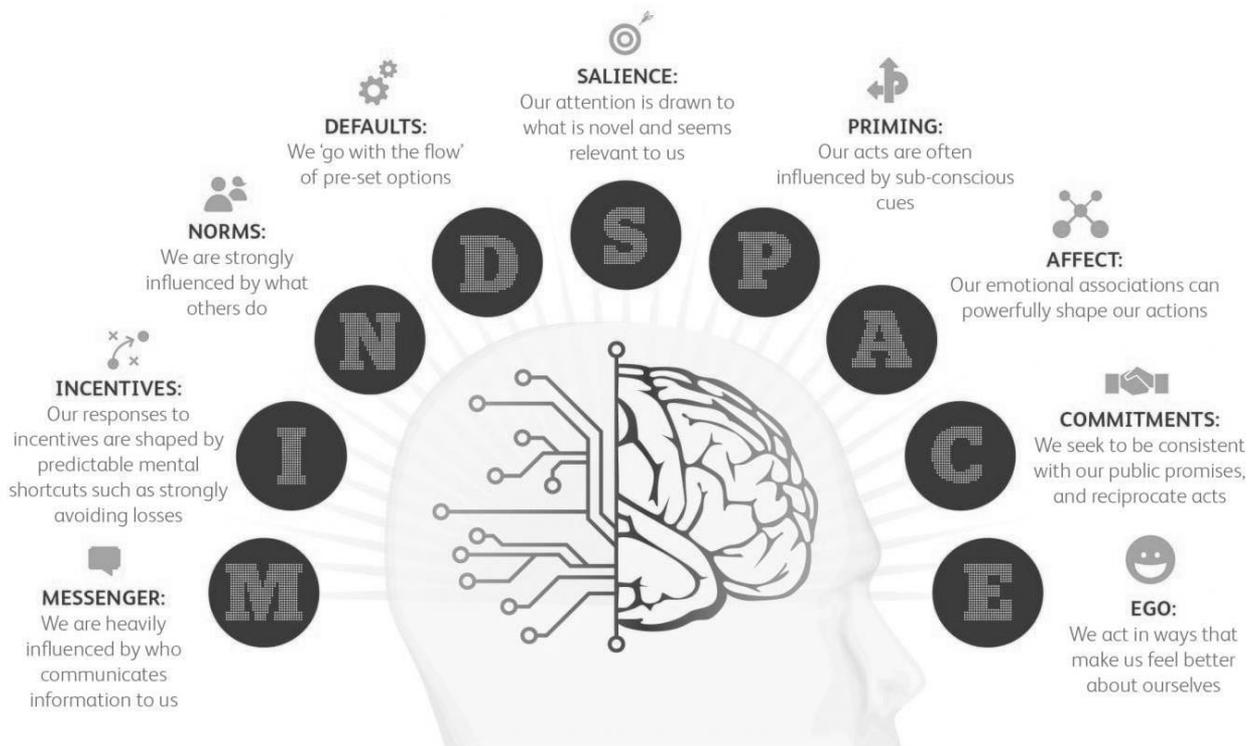
1. Коммуникатор (messenger) или автор сообщения, транслируемой информации, авторитет которого повышается при высоком уровне доверия. Показательный пример - деятельность “инфлюенсеров” в различных профессиональных областях, мнение которых имеет высокое значение для определенной аудитории.
2. Нормы (norms) - определенные образцы, правила поведения, с которыми люди соотносят свои действия, призванные упорядочить и стабилизировать свое общение и взаимодействие. В качестве внутренних регуляторов здесь выступает беспокойство о мнении окружающих, феномен конформизма и пр.
3. “Модель по умолчанию” (defaults) сочетает в себе принцип шаблонов, паттернов поведения, которые сохраняются вследствие действия как внешних социальных норм (например, традиций, воспитания) в широком контексте, так и персонально-закрепленного позитивного опыта на локальном уровне, требующих наименьших затрат, вследствие его привычности.
4. Сопричастность, значимость (salience). Эффект приверженности внимания чему-то самобытному, оригинальному, что вызывает чувство солидарности и активного отклика. Благодаря данному аспекту возможно выявление личных устойчивых предпочтений и приоритетности одних над другими.
5. Обязательства (commitments). Данный эффект предопределяет стремление к последовательности, выполнению договоренностей и ответных действий по отношению к окружающим. Тесно сопряжен с принципом справедливости и ответственности.

*Второй блок составляют следующие “психологические” аспекты:*

1. Установки (incentives) подразумевают предрасположенность действовать определенным образом с учетом реакции психики на стимулы. Как например, модель поведения по пути наименьшего сопротивления в связи со страхом потери; стратегия “малых рисков” или “быстрых побед” и т.д.
2. “Фреймы” (priming) означают предопределенность определенных действий и решений влиянием подсознательных, иррациональных факторов. Таких как вкус, запах, размер, словосочетание или фраза. Например, многие покупательские решения подвергаются влиянию на первый взгляд неявных составляющих и активно используются в маркетинге. Как-то определенный запах в павильоне магазина, освещение, цвет или

размер посуды. Данный эффект весьма сложно распознать, так как он может весьма органично проявляться в жестах, языке, образах.

3. Эмоции (affects) как неотъемлемые психические процессы, связанные с непосредственной оценкой значимости для субъекта тех или иных факторов. Выражаются прежде всего в форме непосредственных переживаний удовлетворения или неудовлетворения актуальных потребностей. Эмоции активно конструируют наше отношение, восприятие информации, локус контроля, вследствие чего повсеместно учитываются в рекламных кампаниях, маркетинге и позиционировании с целью воссоздания определенного образа и опыта переживаний. Также, в борьбе с импульсивными тратами распространяются исследования по нейровизуализации для создания методик и стимулов, помогающих людям сдерживать иррациональные порывы и принимать более рациональные решения.
4. Эго (Ego) согласно психоаналитической теории, та часть человеческой личности, которая осознается как «Я» и осуществляет планирование, оценку, запоминание рефлексии на воздействие физического и социального окружения. Данный эффект подразумевает выбор той стратегии поведения, который в большей степени укрепляет позитивный и последовательный образ себя. Что лишний раз дает повод проанализировать истинные мотивы сделанного выбора.



BearingPoint. Institute

Source: 'Influencing behaviour: The mindspace way', Journal of Economic Psychology, New York, NY, USA, P. Dolan, M. Hallsworth, D. Halpern, D. King, R. Metcalfe, I. Vlaev. Volume 31, Issue 1, pages 264-277, 02/12 [http://bit.ly/30EP\\_MINDSPACE](http://bit.ly/30EP_MINDSPACE)

**Рисунок 3 – 'MINDSPACE'- структура основных социально-психологических эффектов, влияющих на поведение**

Важно отметить, что несмотря на условную дифференциацию, различные социальные элементы и аспекты психики человека в разных формах его экономического поведения

действуют как разнообразные “комплексы”, взаимосвязанные сочетания определенных потребностей, инстинктов и навыков. Так, американский экономист Д. Акерлоф выделяет трудовую мораль, взаимность, справедливость, инсайдерство, самоотождествленность, денежный фетишизм, несклонность нести потери, стадность, откладывание со дня на день, асимметричность информации [Акерлоф, 2010]. То, что можно отнести к базовым экзистенциальным потребностям и привычкам в поведении и мышлении. Как например, инстинкт самосохранения, потребность в доверии и защите, в принадлежности, самореализации и пр.

### Заключение

Таким образом, экономическое поведение обусловлено сложной системой взаимодействия социальных и психологических элементов. Не отрицая наличие рациональных механизмов, все большую роль начинает играть иррациональное начало и интересубъективный опыт, который корректирует и предопределяет будущие стратегии. В частности, особое значение в принятии решений имеют уровень доверия в экономических системах, представления о справедливости и социальные нормы, опосредующие конкретный опыт в контексте “нарратива”.

### Библиография

1. Бондаренко В.Н. Философская психология и метафизика (постановка проблемы) // Евразийский юридический журнал. 2016 (94). С. 395-396.
2. Верховин В. И Экономическое поведение как предмет социологического анализа, 1994. [Электронный ресурс]. – URL: [http://ecsocman.hse.ru/data/974/694/1217/014\\_verhovin.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/974/694/1217/014_verhovin.pdf)
3. Виноградова Н.В., Бондаренко А.В. Чувственный образ: сущность и его роль в процессе интуитивного познания // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. 2009. Т.15. № 3. С. 254-257.
4. Манахова И.В. Поведенческая экономика: учеб. пособие для студентов специальности 38.05.01 Экономическая безопасность, специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности» / И. В. Манахова. – Саратов : Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2017. – 120 с.
5. Dolan P., Hallsworth M., Halpern D., King D., Metcalfe R., Vlaev I. ‘Influencing behaviour: The mindspace way’, Journal of Economic Psychology, New York, NY, USA, 2012. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.bearingpoint.com/files/how-behaviours-impact-your-corporate-decision-making.pdf?download=0&itemId=361573>
6. Акерлоф, Дж. A38 Spiritus Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма, 2010. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.library.fa.ru/files/Akerlof-Shiller.pdf>
7. Вольчик В. В., Зотова Т. А. Адаптивная рациональность и экономическое поведение в эволюционном контексте // Пространство экономики. 2011. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/adaptivnaya-ratsionalnost-i-ekonomicheskoe-povedenie-v-evolyutsionnom-kontekste> .
8. Журавлев А. Л., Позняков В. П. Экономическая психология: теоретические проблемы и направления эмпирических исследований // Психология. Журнал ВШЭ. 2004. [Электронный ресурс]. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-psihologiya-teoreticheskie-problemy-i-napravleniya-empiricheskikh-issledovaniy>
9. Покровская Надежда Николаевна Рациональность экономического поведения // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2007. №46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ratsionalnost-ekonomicheskogo-povedeniya> .
10. Яковлева Елена Андреевна Поведенческая экономика как область научного знания в современной экономической науке // JER. 2014. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/povedencheskaya-ekonomika-kak-oblast-nauchnogo-znaniya-v-sovremennoy-ekonomicheskoy-nauke>

---

## Socio-psychological aspects of economic behavior

**Natal'ya Yu. Fokina**

Senior lecturer,  
Financial University under the Government of the Russian Federation,  
125993, 49 Leningradsky av., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: NFokina@fa.ru

### Abstract

The article examines the influence of socio-psychological aspects on human activity, on the decision-making process and the formation of behavior patterns. It examines economic behavior, its components and the associated cognitive processes in which rational and intuitive principles are distinguished. In conclusion, it is noted that economic behavior is caused by a complex of aspects, and the irrational beginning and intersubjective experience that determines future strategies are becoming increasingly important. Economic behavior is due to a complex system of interaction of social and psychological elements. Without denying the existence of rational mechanisms, an irrational beginning and intersubjective experience begin to play an increasingly important role, which corrects and predetermines future strategies. In particular, the level of trust in economic systems, notions of justice and social norms that mediate specific experience in the context of “narrative” are of importance in decision-making.

### For citation

Fokina N. Yu. (2020) Social'no-psihologicheskie aspekty jekonomicheskogo povedeniya [Socio-psychological aspects of economic behavior]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 9 (1A), pp. 115-122. DOI: 10.34670/AR.2020.45.1.014

### Keywords

Social psychology, sociology, economic psychology, economic security.

### References

1. Bondarenko V.N. Philosophical Psychology and Metaphysics (statement of the problem) . Eurasian Law Journal. 2016 (94). S. 395-396.
2. Verkhovin V. And Economic Behavior as a Subject of Sociological Analysis, 1994. [Electronic Resource]. - URL: [http://ecsocman.hse.ru/data/974/694/1217/014\\_verhovin.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/974/694/1217/014_verhovin.pdf)
3. Vinogradova N.V., Bondarenko A.V. Sensual image: essence and its role in the process of intuitive cognition . Bulletin of Kostroma State University. ON THE. Nekrasov. 2009.V.15. No. 3. S. 254-257.
4. Manakhova IV. Behavioral economics: textbook. allowance for students of the specialty 38.05.01 Economic security, specialization "Economic and legal support of economic security" / I.V. Manakhova. - Saratov: Saratov Socio-Economic Institute (branch) REU them. G.V. Plekhanova, 2017. -- 120 p.
5. Dolan P., Hallsworth M., Halpern D., King D., Metcalfe R., Vlaev I. .. 'Influencing behavior: The mindspace way', Journal of Economic Psychology, New York, NY, USA, 2012. [ Electronic resource]. - URL: <https://www.bearingpoint.com/files/how-behaviours-impact-your-corporate-decision-making.pdf?download=0&itemId=361573>
6. Akerlof, J. A38 Spiritus Animalis, or How human psychology governs the economy and why it is important for world capitalism, 2010. [Electronic resource]. - URL: <http://www.library.fa.ru/files/Akerlof-Shiller.pdf>
7. Volchik V. V., Zotova T. A. Adaptive rationality and economic behavior in an evolutionary context . Space of Economics.

2011. No4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/adaptivnaya-ratsionalnost-i-ekonomicheskoe-povedenie-v-evolyutsionnom-kontekste>.
8. Zhuravlev A. L., Poznyakov V. P. Economic psychology: theoretical problems and directions of empirical research . Psychology. HSE Journal. 2004. [Electronic resource]. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-psihologiya-teoreticheskie-problemy-i-napravleniya-empiricheskikh-issledovaniy>
9. Pokrovskaya Nadezhda Nikolaevna Rationality of economic behavior . Bulletin of the Russian State Pedagogical University named after A.I. Herzen. 2007. No46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ratsionalnost-ekonomicheskogo-povedeniya>.
10. Yakovleva Elena Andreevna Behavioral economics as a field of scientific knowledge in modern economic science . JER. 2014. No2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/povedencheskaya-ekonomika-kak-oblast-nauchnogo-znaniya-v-sovremennoy-ekonomicheskoy-nauke>