

Чувство вины как фактор принятия экономических решений

Научный руководитель – Винокуров Фёдор Никитич

Черникова Анастасия Дмитриевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра социальной психологии, Москва, Россия

E-mail: chernikova-a94@yandex.ru

Индивид вынужден принимать экономические решения в условиях явного недостатка когнитивных и временных ресурсов, а эмоциональный фактор принятия решений часто является доминирующим [2]. Эмоции и их влияние на экономические поведения - активно развивающаяся область исследований. Так как в нашей культуре велико значение чувства вины, как регулятора поведения, нам представляется интересным исследовать влияние этой моральной эмоции на принятие экономических решений.

Формирование у субъекта способности переживать вину обусловлено его включенностью в социальное взаимодействие. Действия оцениваются и осуждаются самим человеком в соответствии с нравственными нормами, даже когда окружающие не знают о его поступках. Поведение, вызванное чувством вины, является компенсаторным. Оно побуждается потребностью в оправдании, чувством, что что-то было сделано неправильно и требует своего исправления. У человека, испытывающего чувство вины, появляется стремление получить наказание за свое поведение, что может изменить дальнейшую активность при принятии решения [4].

На основе изучения работ о влиянии чувства вины на принятие решений мы предположили, что влияние может распространяться и на экономическое поведение индивида.

Целью работы является изучение влияния чувства вины на принятие экономических решений.

Нами были выдвинуты две гипотезы: Гипотеза 1 о том, что человек, переживающий чувство вины, готов отдать большую сумму, по сравнению с тем, кто вины не испытывает. И Гипотеза 2 о том, что человек, переживающий чувство вины, готов оставить себе меньшую сумму, по сравнению с тем, кто вины не испытывает.

Гипотезы сложились в результате изучения влияния вины на принятие решений [1]. Также, исходя из немногочисленных исследований, подтверждающих влияние чувства вины, возникающее во время решения экономической задачи, на решения, принятые в следующих этапах этой же задачи [3]. В нашем исследовании изучалось влияние вины на экономические решения, напрямую не связанные с ситуацией вины.

В исследовании приняли участие 50 человек в возрасте от 18 до 30 лет, из них 30 женщин и 20 мужчин. Средний возраст участников - 21,45. Участие в исследовании является добровольным и не предполагает материального вознаграждения. Участники распределялись в экспериментальную и контрольную группу случайным образом.

Для проведения исследования нам было необходимо вызвать чувство вины у участников, находящихся в экспериментальной группе. Исследования чувства вины показывают, что эта эмоция возникает даже при воспоминании о ситуации, когда человек чувствовал себя виноватым [1]. Опираясь на этот факт, экспериментальной группе предлагалось вспомнить, как можно подробнее, ситуацию, в которой они испытывали чувство вины и записать ее. Затем участникам было необходимо решить три задачи на принятие экономического решения, где предлагались разные ситуации, в которых необходимо решить,

какую сумму отдать, а какую оставить себе. Контрольной группе предлагалась нейтральная ситуация - описать комнату, в которой они находятся, после чего также необходимо было решить задачи на принятие экономического решения. Участникам раздавались материалы с напечатанными заданиями, затем инструкция давалась в словесной форме.

Для анализа данных применялись критерии Шапиро-Уилка и Манна-Уитни, коэффициент d Коэна использовался для вычисления размера эффекта.

По результатам исследования Гипотеза 1 о том, что человек, переживающий чувство вины, готов отдавать большую сумму, по сравнению с тем, кто вины не испытывает подтвердилась частично. Значимые результаты получены только по второй задаче ($p=0,031$; $d=0,666$). Также были обнаружены дополнительные результаты о том, что женщины, испытывающие чувство вины, готовы отдавать большие суммы денег, чем мужчины (Задача 1 $p=0,041$; $d=0,635$; Задача 2 $p=0,046$, $d=0,611$). Возможно, женщины более эмоционально и глубоко переживают чувство вины, а у мужчин срабатывают механизмы психологической защиты. Этот феномен требует дальнейших исследований. Также можно говорить о том, что к моменту решения третьей задачи размер эффекта снизился. С ситуации вины участники исследования переключились на решение задач, поэтому по третьей задаче ни одна из гипотез не подтвердилась.

Также важно учитывать, что при небольшой выборке можно подтвердить только достаточно большой размер эффекта. Поэтому возможные перспективы продолжения исследований в данном направлении видятся в экспериментах на большей выборке и с контролем физиологических реакций, сопровождающих чувство вины: учащенное сердцебиение, кожно-гальваническая реакция. Также возможным направлением дальнейших исследований может быть изучение влияния эмоций на принятие решений под контролем фМРТ.

Понимание того, как определенная эмоция влияет на когнитивные процессы позволит учитывать эмоциональный фактор при принятии решений и прогнозировать поведение. Полученные результаты расширяют представления о влиянии чувства вины на экономическое поведение, не связанное с ситуацией вины. Полученные в работе экспериментальные данные важны для понимания поведения потребителей и могут быть использованы в сфере эмоционального маркетинга.

Источники и литература

- 1) Gangemi, A., & Mancini, F. (2006). Guilt and focusing in decision-making. *Journal of Behavioral Decision Making*, 20(1), 1–20. doi:10.1002/bdm.536
- 2) Kahneman D. A perspective on judgment and choice: mapping bounded rationality // *American Psychologist*. 2003. № 58. P. 697–720.
- 3) Ketelaar, T., & Tung Au, W. (2003). The effects of feelings of guilt on the behaviour of uncooperative individuals in repeated social bargaining games: An affect-as-information interpretation of the role of emotion in social interaction. *Cognition and Emotion*, 17(3), 429–453. doi:10.1080/02699930143000662
- 4) Nelissen, R. M. A., & Zeelenberg, M. (2009). When guilt evokes self-punishment: Evidence for the existence of a Dobby Effect. *Emotion*, 9(1), 118–122. doi:10.1037/a0014540