

ПРОБЛЕМА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В ЗАРУБЕЖНОЙ И
ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

Н.В. Шайдакова, Н.К. Радина (Нижний Новгород)

Аннотация

В данной статье рассматриваются основные направления развития экономической психологии в XX – XI веке. Особое внимание уделено теме социально-психологических аспектов потребления в зарубежных и российских психологических исследованиях. Раскрываются основные перспективы и ограничения деятельностного подхода для объяснения феномена потребительского поведения.

Ключевые слова: экономическая психология, социально-психологические аспекты потребления, деятельностный подход

Конец XX - начало XXI веков - время интенсивного развития экономической психологии, обусловленное в первую очередь рядом практических потребностей современного общества (Гусева Т.В., Дейнека О.С., Дитмар Х., Журавлев А.Л., Китов А.И., Лунт П.К. и Ливингстоун С.М., Позняков В.П., Ребзуев Б.Г., Савельева А.А., Хащенко В.А., Фенько А.Б., Щедрина Е.В. и др.).

Тем не менее, психологическая наука длительное время не уделяла специального внимания изучению поведения человека в сфере экономики.

Первые попытки учета психологических факторов были связаны с невозможностью объяснения экономических феноменов в рамках представлений об «экономическом человеке» А. Смита и Д. Рикардо и были выполнены в рамках экономической науки [4]. Представители маржиналистов австрийской (К. Менгер, Ф. Визер, Э. Бем-Баверк) и математической (У. Джевонс, Л. Вальрас) школ заложили основы современной микроэкономики, где экономическое поведение человека определяется балансом субъективно оцениваемых издержек, связанных с приобретением экономических благ, и субъективно оцениваемым удовольствием, получаемым от их потребления [17. С. 67].

Однако последователи этого направления не опирались на идеи современной им психологии, а использовали наблюдения и интерпретации здравого смысла, а также некоторые идеи философии и этики. Современные представления о роли психологических факторов на макроэкономическом уровне разрабатывались в трудах американского экономиста Дж. Кейнса. Однако Кейнс уделял внимание лишь тем психологическим

аспектам человеческой природы, которые не подвержены изменению в краткосрочном периоде, а изменения долгосрочного характера его не интересовали[13.].

Постепенно все больше экономических направлений подчеркивали необходимость учета более широкого спектра психологических факторов, понимая, что иначе невозможно объяснить и предсказать реальное поведение человека в хозяйственной деятельности.

Как самостоятельная отрасль психологического знания экономическая психология начала формироваться в начале XX в. и связана с именем Г.Тарда, впервые употребившим термин «экономическая психология» в 1881 году. Однако, говорить о формировании экономической психологии как самостоятельного направления в психологической науке можно только ближе к середине XX века в связи с работами Дж. Катоны, Г. Саймона, П.-Л. Рейно, П. Альбо [10.].

Переход западного общества в эпоху постмодерна (середина 1970-х гг.), сопряженные с этим социокультурные и экономические изменения, послужили толчком в развитии исследований посвященных социально-психологическим аспектам явлений в экономике. В этот период получили свое развитие многие темы экономической психологии: собственность (Принтайс Д.А., Ферби Л, Камптнер Н.Л.), сбережения и долг (Ворнерд К.Э., Лунт П.К. и Ливингстоун С.М.), повседневные экономические решения (Тверски А., Канеман Д.) деньги, семейный бюджет (Дитмар Х.) и т.д. [9.].

Развитие экономической психологии в XX веке, по мнению Позняка В.П. [12.] идет по двум направлениям:

- первое направлено на изучение психологического содержания экономических феноменов, таких как деньги, собственность, труд (Х. Дитмар, Лунт и Ливингстоун, Дейнека О.С., Журавлев А.Л, Карнышев А.Д., Китов А.И., Фенько А.Б. и др.);

- второе в большей степени ориентировано на исследование феноменов, традиционно выступающих предметом социально-психологических исследований, однако акцент ставится на их экономическое наполнение (Дитмар Х., Гусева Т.В. Журавлева Н.А., Ребзуев Б.Г., Савельева А.А., Фоломеева Т.В., Хащенко В.А., Щедрина Е.В. и др.)

В рамках обоих подходов к изучению психологических аспектов экономики ряд тем получил наибольшее внимание и развитие в трудах экономических психологов. Проблема владения и собственности вызывает большой интерес как среди зарубежных (Дитмар Х., Камптнер Н.Л., Принтайс Д.А., Лунт П.К. и Ливингстоун С.М.), так и среди отечественных психологов (Китов А.И., Попов В.Д., Жукова Я.И.).

Тема отношения к деньгам в отечественной науке представлена в работах Дейнеки О.С., Фенько А.Б., Бурениной С.Ю. и др.

За рубежом тема денег представлена изучением психологических аспектов задолженности (Ли С.Э., Бертод Р., Кемпсон Э., Лунт П.К. и Ливингстоун С.М.).

В иностранной психологии активно разрабатывалась тема безработицы (Фенем А., Люис А., Лунт П.К.) и нищеты (Фенем А., Лунт П.К., Ливингстоун С.М.)

В российской экономической психологии большой блок исследований посвящен проблемам адаптации к изменившимся экономическим условиям (Дейнека О.С., Готлиб Т.Л., Муздыбаев К.), а также психологическим проблемам российского предпринимательства (Журавлев А.Л. и Позняков В.П., Купрейченко А.Б., Журавлев А.Л. и Шорохова Е.В., Позняков В.П., Титова О.И., Филинкова Е.Б.).

Многие исследователи отмечают яркий междисциплинарный характер исследований в экономической психологии. Так, на стыке с возрастной и педагогической психологией активно разрабатываются проблемы экономической социализации детей и подростков, экономического обучения и образования детей и взрослых (Вэбли П., Ли С.Э., Лэйзер Д. и Ролан-Леви К., Эмлер Н. и Дикинсон Дж., Щедрина Е.В., Дробышева Т.В., Осипенко И.М., Гусева Т.В., Ребзуев Б.Г., Савельева А.А.).

Тем не менее, ряд тем пользуется особой популярностью среди исследователей. Среди них – тема психологии потребителя.

Зарубежная экономическая психология уделяет особое внимание теме потребительского поведения, что во многом обусловлено социокультурными и экономическими изменениями в западном обществе. Концептуальное понимание потребления не только в качестве экономического феномена было заложено в работах К. Маркса, Т. Веблена, Г. Зиммеля, В. Зомбарта, М. Вебера.

Долгое время потребление рассматривалось как сугубо экономический феномен, как одна из стадий экономического круговорота [3. С. 13].

В конце XX века потребительское поведение было переосмыслено в работах П. Бурдые, Ж. Бодрийяра в связи с концепцией «общества потребления». Потребление стало рассматриваться не как утилитарный экономический процесс, а как обмен символами, коммуникация, посредством которой человек стремится сообщить некоторую информацию о себе. Акцент в изучении потребления благодаря их работам был перенесен со структуры потребления, его объемов, влияния на него изменений в способе производства на анализ представлений, смыслов и образов, формирующихся в сознании потребителя.

В рамках исследования потребительского поведения в психологии большое внимание на западе было уделено теме принятия потребительского решения. До 80-х гг. прошлого века

экономическая модель человека была рациональной, а психологическая – нерациональной [14.].

Понимание нерациональности поведения человека было заложено в работах Г. Саймона. Согласно его взгляду, человек, вместо оптимизации выбора руководствуется принципом достаточности, поскольку ограничен собственными когнитивными способностями и структурой задачи [14.].

Позиция Саймона близка теории восприятия Э. Брунsvика. Обе традиции породили вероятностные модели сознания – концепции индуктивного вывода в условиях ограниченного знания. Г. Гигеренцер и Д. Голдстейн в серии экспериментов попытались обосновать новые подходы к исследованию поведения потребителей, и порывать с многолетней традицией противопоставления рационального и психологического [14.].

В работах Д. Канемана и А. Тверски внимание сместилось на поиск психологических механизмов переработки информации и выбора, реконструкцию ментальных моделей принятия решения [5.].

В ранних работах они привлекают внимание психологов к субъективным искажениям информации (предвзятостям) и упрощенным, нерациональным механизмам принятия решений (эвристикам), к которым люди прибегают при необходимости принять решение в состоянии неопределенности. Основная идея их исследовательской программы состояла в том, что задача, с которой сталкивается индивид, претерпевает изменения – переформулируется и перекодируется. Одна из концептуальных основ, объясняющих принятие решений в условиях неопределенности в зависимости от описания задачи, получила название теории перспектив (prospect theory). Подход Канемана и Тверски сегодня доминирует в исследованиях процессов принятия решений и вынесения суждений.

Другим направлением исследований потребления стало изучение установок, влияющих на поведение потребителя. Большинство исследователей придерживаются одномерных моделей установок. Так, М. Фишбейн и И. Адзен рассматривают «теорию субъективной ожидаемой полезности», а Дж. Гутман, Дж. Олсон и Т. Рейнолдс, а так же А. Ауденаэрт и Дж. Стинкамп - теорию «от средств к цели» [16.].

В 80е-90е годы XX века в исследовании потребления наметился переход к культуральным подходам: внимание исследователей привлекают связи экономической психологии с другими дисциплинами - антропологией, кросс-культурными исследованиями и социологией. Х. Диттмар, А. Фенэм и А. Люис, П. Лунт используют новые методы исследования субъекта в его отношении к потреблению, происходит отход от экономических

оснований объяснения явлений потребления и постепенный охват все новых пластов культурного контекста.

В России инициативы о необходимости учета психологических факторов в экономике выдвигали ведущие экономисты и социологи в частности Л.И. Абалкин, П.Г. Бунич, А.Г. Аганбегян, Т.И. Заславская, В.В. Куликов, Г.Х. Попов. Основы отечественной экономической психологии заложили в 80-е годы работы А.И. Китова, В.П. Попова, А.В. Филиппова, сконцентрированные на психологии производителя, человеческом факторе в производстве, проблемах управления. Столь высокий интерес к сфере производства связан с доминировавшим в то время марксистским пониманием политэкономии и запросами государственной экономической политики [17. С. 71].

Одним из перспективных направлений в области объяснения потребительского поведения в отечественной науке можно назвать деятельностный подход, разработанный С.Л. Рубинштейном, А.Н. Леонтьевым, источники становления которого находятся в трудах Л.С. Выготского. К числу отечественных психологов, придерживавшихся деятельностного подхода, относятся такие известные представители отечественной психологической науки, как Б.Ф. Ломов, Б.Г. Ананьев, П.Я. Гальперин, А.В. Запорожец, А.Р. Лурия, В.Н. Мясищев, Д.Б. Эльконин, К.А. Абульханова-Славская и др. [6.].

Согласно этому подходу деятельность - это специфически человеческая целенаправленная активность, развивающаяся во времени, социальна, т.е. вызывается общественно значимыми целями, подчинена общественным нормам и корректируется ими, конституируется общественными средствами и орудиями [12. С. 121]. Потребление мы рассматриваем как один из видов деятельности, оно включает в себя все характеристики деятельности в рамках этого подхода.

Анализ потребления с точки зрения деятельностного подхода можно провести, обратившись к структуре деятельности, предложенной А.Н. Леонтьевым. Иерархическая структура деятельности включает в себя три уровня. Первый – особая деятельность, характеризующаяся предметом и мотивом. А.Н. Леонтьев отмечает, что деятельность без мотива не может быть, а «немотивированная» деятельность - это деятельность с субъективно и объективно скрытым мотивом [8.].

Второй уровень представлен действием - процессом, подчиненным сознательной цели. Действие выводится из деятельности, но вместе с тем, деятельность и действие могут представлять собой подлинные и притом не совпадающие между собой реальности. Одно и то же действие может осуществлять разные деятельности, может переходить из одной деятельности в другую.

Третий уровень деятельности – операция – способ осуществления действия. Если действия соотносительны целям, то операции – условиям.

А.Н. Леонтьев отмечает высокую подвижность структурных компонентов деятельности, их дробление или укрупнение, а так же возможную трансформацию одного уровня в другой.

Как отмечают А.Н. Лебедев и А.К. Боковиков, в соответствии с деятельностным подходом окончательный выбор потребителем предметов удовлетворения потребностей осуществляется в условиях практической деятельности и в соответствии с целью выполняемых им действий. Товар приобретается для некоторой деятельности и на него переносятся требования, предъявляемые к самой деятельности [7.].

Существующие с точки зрения данного подхода противоречия между сознанием и поведением устраняются в условиях выполнения деятельности. Если сознание подвержено влиянию различных факторов, характеризующих декларируемые мнения, предпочтения, установки человека, то действия могут вступать в противоречие с условиями жизни и реальным социальным окружением, а так же осуществляться под влиянием неосознанных мотивов. Все это формирует опыт, на основе которого осуществляется потребительское поведение в дальнейшем. А потребительская ценность вещи определяется ее системно-деятельностными характеристиками, т.е. включенностью во всевозможные отношения с действительностью [7.].

В рамках деятельностного подхода факторы любой модели поведения потребителя будут проявляться только в соответствии с требованиями, задаваемыми деятельностью человека, а воздействие на сознание потребителей носит менее устойчивый характер, чем условия жизни человека.

Тем не менее, изучение потребления с точки зрения деятельностного подхода имеет ряд ограничений. В первую очередь сильное влияние марксизма, служившего методологической базой для отечественной науки, на трактовку понятия деятельности [18.]. Понимание деятельности в рамках воздействия субъекта на объект ограничивало её предпоследним звеном – осуществлением человеком производительной деятельности с акцентом на изменения во внешнем, объективном мире, а потребление не входило в поле зрения психологии.

Кроме этого, по мнению С.Д. Смирнова [15.], попытки распространить деятельностный подход на описание процессов, непосредственно реализующих деятельность, наталкиваются на определенные трудности. В человеческом потреблении – даже не нагруженном какими-либо дополнительными мотивами (самоутверждение, общение, экономия и пр.) сложно

точно выделить структурные компоненты. Потребление может быть самостоятельной деятельностью, либо рассматриваться в качестве подготовительного компонента – генезиса себя в качестве субъекта некоторой новой деятельности.

Критику деятельностного подхода только предстоит преодолеть. Выявленные сложности в его применении для изучения потребления доказывают необходимость исследований в этой области.

Итак, подведем итоги анализа социально-психологических исследований потребительского поведения, неразрывно связанного с развитием экономической психологии в целом.

1) Приобретя самостоятельность в середине XX века, экономическая психология в эпоху постмодерна (начиная с 70-е гг.) продемонстрировала устойчивое положение среди отраслей психологического знания. Основными темами исследований стали психологические аспекты собственности, деньги, сбережения и долг, безработица и нищета, экономическая социализация и т.д.

2) В отечественной экономической психологии большее внимание уделялось сфере производства. Кроме того значительное внимание, особенно со стороны российских психологов, было уделено вопросам предпринимательства и адаптации к изменяющимся экономическим условиям. Центральной темой в западной экономической психологии в связи с множественными социокультурными изменениями стала тема потребительского поведения, основные аспекты изучения - принятие потребительского решения, роль установок, влияние культурного контекста.

3) В качестве одного из наиболее перспективных подходов к объяснению феномена потребления в российской психологии можно назвать теорию деятельности.

Литература

1. Асмолов А. Г. Психология личности. М.: Изд-во МГУ, 1990.
2. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака / Пер. с фр. Д. Кралечкин. М.: Академический Проект, 2007.
3. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. М.: Юрайт Издат, 2005.
4. Дейнека О.С. Экономическая психология: социально-политические проблемы. СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 1999.
5. Канеман Д., Тверски А. Рациональный выбор, ценности и фреймы // Психологический журнал. – 2003. – Т. 24. - № 4. - С. 31-42.

6. Котова И.Б. Лещенко Ю.Е. Исследование личности в отечественной психологии: деятельностный и персоналистический подходы/ Сборник научных трудов. Серия "Гуманитарные науки" // Северо-Кавказский государственный технический университет. Ставрополь – 2001. №6. с.60-64.
7. Лебедев А.Н., Боковиков А.К. Влияние ролевой установки на экономическое поведение российских потребителей // Вопросы психологии – 1995. – № 3. – С.46-52.
8. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность - М.: Политиздат, 1975 , с.76
9. Лунт П. Психологические подходы к потреблению: вчера, сегодня, завтра// Иностранная психология - 1997. - №9. С. 8-16.
10. Малахов С.В. «Экономический человек» и рациональность экономической деятельности (обзор зарубежных исследований) // Психологический журнал. - 1990. - №6. С. 38 – 47.
11. Позняков В.П. Экономическая психология в 21 веке. Опыт и перспективы взаимодействия http://www.ipras.ru/cntnt/rus/institut_p/publikacii/rossijskie4/n14poznyako.html
12. Радзиховский Л.А. Деятельность: структура, генез, единицы анализа // Вопросы психологии – 1983. - №6. С. 121-127
13. Селигмен Б. Основные течения современной экономической мысли. М. "Прогресс". 1968
14. Сивуха С.В. Экономическая психология на пороге тысячелетий (анализ зарубежных исследований) //Проблемы экономической психологии, Том 1 / Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. М.: Изд-во "Институт психологии РАН" – 2004. С . 83-106.
15. Смирнов С.Д. Общепсихологическая теория деятельности: перспективы и ограничения (к 90-летию со дня рождения А.Н. Леонтьева) // Вопросы психологии – 1993. - №4. С.94-101.
16. Социальная психология потребителя: учеб. Пособие для студ. высш. учеб. заведений/ Ричард П. Багоцци, Цейнеп Гёрхан-Канли, Йозеф Р. Пристер; пер с англ. А.В. Александровой, С.А. Семеновой; науч. ред. рус. текста Т.В. Фоломеева. – М.: Издательский центр «Академия», 2008.
17. Спасенников В.В. Экономическая психология. М.:«ПЭРСЭ», 2003.
18. Ярошевский М.Г. Марксизм в советской психологии // Репрессированная наука. Выпуск 2. СПб.: Наука – 1994. С.24-44.

THE ISSUE OF CONSUMER BEHAVIOR IN RUSSIAN AND FOREIGN ECONOMIC
PSYCHOLOGY

N.V. Shaidakova, N.K. Radina (Nizhniy Novgorod)

Summary

The main concepts of economic psychology of XX – XI century are presented in this paper. Social-psychological aspects of study of consumer behavior in foreign and Russian psychological studies are intimately examined. The main perspectives and limitations of theory of activity in relations of interpreting consumer behavior are shown.

Key words: economic psychology, social-psychological aspects of consumption, theory of activity.