

[Обсуждение](#)

ДЭН АРИЭЛИ.

КТО МЫ: СУПЕРМЕНЫ ИЛИ ГОМЕРЫ СИМПСОНЫ?

Как заинтересовать читателей статьей об экономике? Если читатель не экономист - практически невозможно. И это вполне справедливо: тусклые диаграммы, монотонный текст, сухие факты, что уж говорить про термины... Держу пари, половину из этих терминов читающие вообще не понимают, а авторы статей (которые тоже, возможно, не совсем осознают смысл напечатанных слов) стремятся насытить текст большим количеством красивых нечитабельных слов. Вывод прост: экономическую статью будет интересно читать тогда, когда она будет написана ясным и доходчивым языком. А статью о поведенческой экономике – вдвойне! Потому что это только на половину экономика. И это действительно увлекательно!

«Иррациональное поведение» - тема, на которую мы побеседуем. Здесь не будет никаких экономических изысков, поверьте, вы поймете абсолютно всё, более того, вы поймете, что все эти несложные истины вы сами замечали и прекрасно знаете об их существовании.

Многие ведут себя иррационально, интуитивно. Каждый человек индивидуален и интуиция у каждого своя. Исходя из этого, логично предположить, что иррационально принятые решения не поддаются никакому научному объяснению и являются абсолютно непредсказуемыми. Как бы ни так. Эту точку зрения опровергает Дэн Ариэли, профессор «Массачусетского Технологического», автор серьезного экономического издания «Предсказуемо иррационален: скрытые силы, влияющие на наши решения» и не менее серьезной кулинарной книги «Едим без крошек. Искусство обедать над раковиной». Профессор проводит параллель между иррациональным поведением и оптическими иллюзиями. Поясню: оптические иллюзии обманывают наше видение, предлагая ложную «картинку», интуиция работает по аналогичному принципу: решения, которые мы принимаем якобы самостоятельно, на самом деле были приняты до нас и совсем не нами. Преимущество оптических иллюзий заключается в том, что их легко перепроверить и увидеть ошибку.

«У нас отличное зрение. Эволюция отвела под зрение огромную часть мозга. Мы целыми днями смотрим – анализируем зрительные образы. И если мы предсказуемо оказываемся жертвами оптических иллюзий, то, наверно, оказываемся жертвами иллюзий и в других вещах, к которым у нас способности похуже. Скажем, эволюция нас не научила хорошо принимать решения в области финансов» - говорит Ариэли.

Стало быть, мы совершаем множество ошибок, но уличить себя в этом мы не можем, в противоположность оптическим обманам. По словам Ариэли, когнитивные иллюзии (или иллюзии принятия решений) мы не можем выявить по одной простой причине: у нас нет средств, нет инструментов для этого.

В качестве примера автор приводит эксперимент, поставленный на собственных студентах. Увидев рекламу годовой подписки журнала The Economist, у Ариэли возникло желание позвонить в редакцию и спросить «Чем они вообще там думали?»: журнал предлагал электронную подписку за 59 долларов, печатную подписку – за 125 долларов, а третий вариант – и печатную и электронную вместе тоже за 125. Абсолютно нелогично, правда? Ничего не изменяя, профессор предложил своим студентам все эти варианты. 16 человек выбрали электронную подписку за 59 долларов, а 84 человека предпочли третий вариант – и печать и интернет-версию за 125 долларов. Промежуточное предложение приобрести только печатную подписку на журнал за 125 долларов ни у кого не вызвало энтузиазма. Ключевой этап эксперимента заключался в отсеке промежуточного варианта, не отличавшегося популярностью среди студентов. Убрав никчемную опцию, Ариэли раздал отредактированные рекламки сотне других студентов. И вот что получилось: самый популярный вариант, интернет- и бумажная подписка вместе, стал самым непопулярным. Лишь 32 человека пожелали купить комплексную подписку за 125 долларов. А непопулярный вариант – онлайн-подписка за 59 долларов – стал популярным, 68 человек польстились на это предложение. «Выбор номер 2 никому не нужен, - утверждает Ариэли. – Но лишь как вариант подписки. Он нужен для другого: он помогает людям понять, чего они на самом деле хотят. На фоне варианта с бумагой за 125, вариант с бумагой и онлайн за те же деньги выглядел просто фантастически! Его и выбирали» .

Данным примером автор обнародовал феномен варианта-антиприманки – отвлекающей версии. С точки зрения поведенческой экономики, такого поворота событий и следовало ожидать. Это наглядный пример абсолютно иррационального поведения, которое на самом деле, было вполне предсказуемо.

«Мы просыпаемся по утрам и думаем, что принимаем осознанные решения: открываем

шкаф и думаем что надеть; открываем холодильник и решаем чем завтракать. Но на самом деле эти решения уже приняты за нас» - размышляет Ариэли. Соглашусь, очень трудно понять, что в действительности это тоже иллюзия, что мы воображаем, будто приняли то или иное решение, когда на самом деле все обстоит иначе. Почему так? Решение – очень непростое дело, оно требует усилий, оно влечет за собой ответственность и... что, если оно неверное? Никому не хочется признавать ошибочным решение, принятое самостоятельно, правда? Именно поэтому мы и клеем на то, что нам подсовывают.

«Штука в том, что мы на самом деле не знаем чего мы хотим, поэтому мы и подвержены внешним влияниям, попадаемся на варианты «по умолчанию» - продолжает автор.

Стандартная классическая экономика предполагает, что все люди универсальны и рациональны; осуществляют выбор с учетом взвешенно обработанной информации, и принимают разумные рациональные решения. Поведенческая экономика не соглашается с этими постулатами. Дело в том, что рационального «экономического» человека не существует, а иррациональность заложена глубоко в нас, в наше поведение, в наше мышление, в наше сознание. Но это не значит, что решения принимаются бездумно и хаотично, нет. Даже иррациональное поведение запрограммировано по определенной системе, поэтому и является предсказуемым и ожидаемым, на что и делаются ставки.

Поведенческая экономика соткана реалистами, поэтому и лишена мифов, которыми кишит оптимизм; поведенческая экономика видит человека таким, каковым он является. Со всеми его недостатками и достоинствами, а признание иррациональности человеческого поведения позволяет корректировать ее последствия в дальнейшем.

«Кто мы: Супермены или Гомеры Симпсоны? Когда речь идет о физическом мире, мы понимаем, как ограничены наши возможности и мы строим лестницы, чтобы их преодолевать... Главное, мы понимаем наши пределы и создаем вещи, которые позволяют нам их обойти. Но когда речь заходит о ментальном мире, мы строим вещи вроде систем здравоохранения так, словно не знаем о своих пределах. Мы игнорируем свою ограниченность. Но если мы лучше будем понимать свои ментальные ограничения так же, как понимаем физические, пусть понимать их куда сложнее, то сможем построить лучший мир. На это вся надежда» - заключает Ариэли.

Автор:

Толкова АННА 785

[Комментировать](#)
{discuss forum:3}