

ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНО- ПСИХОЛОГІЧНИХ ІДЕЙ ДО АНАЛІЗУ ПОВЕДІНКИ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ

Виконали :
Валікова Валерія та
Єгорова Аліна

Група ІА-401

**БІХЕВІОРИСТЬКА ЕКОНОМІКА В
КІБЕРПРОСТОРІ
ПРАКТИЧНА РОБОТА
№1**

МЕТА І ЗАВДАННЯ РОБОТИ

Метою роботи є дослідження того, як атрибуції, медійні впливи та когнітивні механізми прийняття рішень визначають поведінку людей у різних життєвих ситуаціях.

У роботі розглянуто три основні завдання:

Аналіз теорій атрибуції та їх значення у соціальній і економічній поведінці.

Вивчення впливу телепередач на формування просоціальної поведінки.

Проведення експерименту «Список» та аналіз закономірностей поведінки.»

ЗАВДАННЯ 1. АТРИБУЦІЇ

Поняття атрибуції

Атрибуція – це процес пояснення причин поведінки.

Внутрішня (диспозиційна): пов'язана з рисами особистості (наприклад, «він лінивий»).

Зовнішня (ситуативна): пояснюється обставинами (наприклад, «він спізнився через затор»).

Правильне розуміння атрибуцій допомагає уникати стереотипів та упереджених оцінок.»

ВИДИ АТРИБУЦІЙ

Тип атрибуції	Приклади
Внутрішні	неорганізованість, старанність, амбіційність
Зовнішні	умови середовища, випадковість, соціальні норми

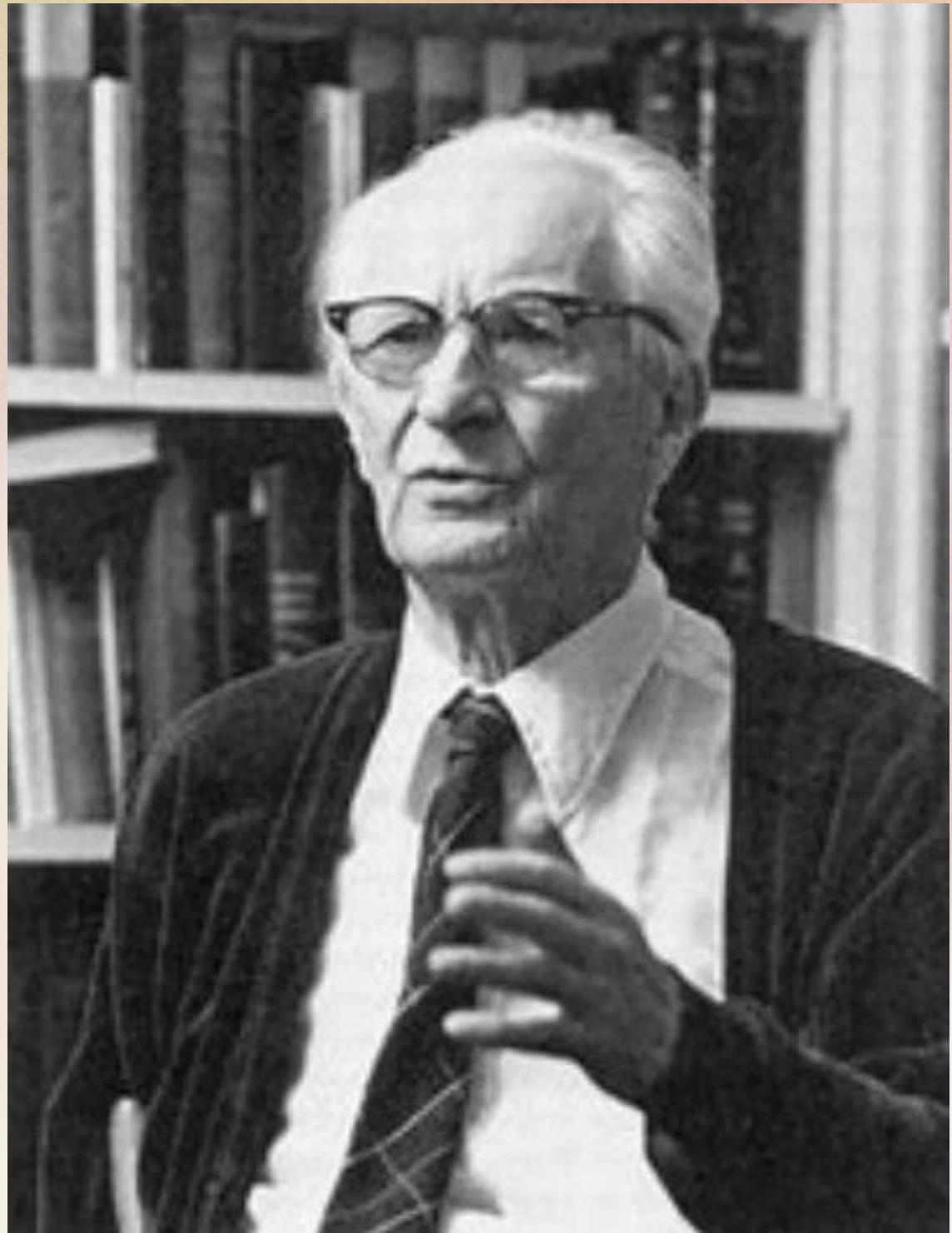
ОСНОВНІ АВТОРИ

Ф. ГАЙДЕР (1958) – «НАЇВНА ПСИХОЛОГІЯ».

Г. КЕЛЛІ (1967, 1973) – МОДЕЛЬ КОВАРІАЦІЇ.

Б. ВАЙНЕР (1985) – МОТИВАЦІЯ Й ЕМОЦІЇ.

Л. РОСС (1977) – ФУНДАМЕНТАЛЬНА ПОМИЛКА АТРИБУЦІЇ.»



Ф. ГАЙДЕР (1958) – «НАЇВНА ПСИХОЛОГІЯ».

Гайдер вважав, що люди схильні шукати причини поведінки, пояснюючи її або особистими рисами, або обставинами.

Він підкреслював, що переоцінка внутрішніх факторів веде до непорозумінь і конфліктів.

Розуміння ролі зовнішніх обставин підвищує емпатію і покращує спілкування

ІНШІ ТЕОРИЇ АТРИБУЦІЙ

«- Г. Келлі: модель коваріації (консенсус, послідовність, відмінність).

- Б. Вайнер: причини успіхів і невдач впливають на емоції та мотивацію.
- Л. Росс: фундаментальна помилка атрибуції – склонність недооцінювати ситуаційні фактори.
- Міллер і Росс: self-serving bias – приписування успіхів собі, невдач – зовнішнім умовам.»

АТРИБУЦІЇ У БІХЕВІОРИСТСЬКІЙ ЕКОНОМІЦІ

«Атрибуції впливають на економічні рішення:

- Інвестори пояснюють успіхи власними здібностями, а збитки – ринковими умовами.
- Керівники часто приписують невдачі працівників їхнім рисам, ігноруючи зовнішні обставини.
 - Віра у справедливий світ формує особливе ставлення до ризику та економічних процесів.»

ЗАВДАННЯ 2. ВПЛИВ ТЕЛЕПЕРЕДАЧ

«Для аналізу було обрано:

- «Битва екстрасенсів» – шоу містичного характеру.
- «Містичні історії з Павлом Костіциним» – програма з сюжетами про надприродні явища.
- Ці передачі формують уявлення глядачів про добро, зло і справедливість.»

Позитивні ефекти медіа

- Розвиток ємпатії та співпереживання.
- Формування соціальних норм і моральних орієнтирів.
- Створення рольових моделей для наслідування.
- Підтримка внутрішнього локусу контролю.

Негативні ефекти медіа

- Пасивність і фаталізм (віра в зовнішні сили).
- Соціальна недовіра й страх.
- Зниження щирості добрих вчинків (сприйняття як шоу).
- Ослаблення критичного мислення.

ЗАВДАННЯ 3. ЕКСПЕРИМЕНТ «СПИСОК»

Суть експерименту
Мета експерименту – спостереження за поведінкою людей у повсякденних ситуаціях і виявлення закономірностей у прийнятті рішень.

Приклади ситуацій

1. Вибір нового кафе: позитивні емоції після подарунку
2. Прогулянка з собакою: вибір безпечношого маршруту
3. Запрошення на вечерю: згода через соціальні очікування
4. Прокрастинація: використання телефону замість відпочинку

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ ТА ЗНАЧЕННЯ РОБОТИ

Робота показала, що:

Атрибуції впливають на економічні рішення і створюють когнітивні упередження.

Телепередачі можуть як стимулювати просоціальну поведінку, так і обмежувати її.

Експеримент «Список» підтвердив, що рішення людей значною мірою визначаються емоціями, соціальними нормами та когнітивними спрощеннями.

Ці результати важливі для розуміння поведінки економічних суб'єктів у реальних умовах.

ДЯКУЄМО ЗА УВАГУ!