

**Достаточно ли Вы знаете кто решает, что Вам покупать – нейроэкономика и принятие решений**

**Научный руководитель – Дедов Николай Петрович**

**Огородникова Дарья Петровна**

*Студент (бакалавр)*

Финансовый университет, Факультет социологии и политологии, Кафедра прикладная социология, Москва, Россия  
*E-mail: dashka12338@mail.ru*

Задумывались ли Вы когда -нибудь над тем, как мы принимаем решения. Почему между спрайтом и колой мы выбираем колу. Когда между пустым и заполненным рестораном идем в набитый, когда совершаем невыгодные и неразумные покупки. Ученые утверждают, что особенностью данного поведения выступают эмоциональные реакции людей. При этом данные реакции напрямую обусловлены деятельностью головного мозга. В отличие от нейропсихологии, которая занимается изучением отдельных локальных поражений мозговых структур, участвующих в психических процессах, эмоциональных состояниях и личностных особенностях человека (Хомская Е.Д.) [2], в настоящее время возникла новая научная дисциплина - нейроэкономика, которая изучает процесс принятия индивидом решения во время выбора альтернативных вариантов, распределений рисков и вознаграждений. Для исследования мозга эта наука применяет экономические модели, а для создания экономических моделей - достижения в области нейробиологии.

Нейроэкономика научная дисциплина, которая представляет собой симбиоз наук: нейробиология, психология и экономика. Это достаточно молодая и юная наука, поскольку первые исследования начались примерно около 10 лет назад. Нью-йоркский нейробиолог Пол Глимчер [4], проводя исследования деятельности мозга обезьян, заметил, что их нейронная активность выполняет своеобразную экономическую функцию, которая предопределяет «справедливость» поведения. Своими исследованиями П. Глимчер заинтересовал Д. Канемана [1], который впоследствии стал соавтором статьи по изучению экономического поведения чрез призму работы мозга.

Согласно классической экономической теории, принятие человеком решения о выборе какого-то варианта является сугубо рациональным процессом и находится в прямой зависимости от степени субъективной ценности, делая его выбор в пользу варианта с максимально ожидаемой полезностью. Нейроэкономика стремится описать субъективную ценность, полезность и принятие решения посредством определения значения активности отвечающих за это нейронов. Такими нейронами являются некоторые области дофаминергической системы коры головного мозга. Ученые в своих исследованиях обращали особое внимание на то, как «много известно нашему мозгу без нашего участия». Полученные результаты раскрывали феномен иррациональности поведения, когда человек сталкивался с проблемой совершения нерациональных покупок, при этом считая себя существом рациональным, способным выбрать для себя наиболее оптимальное и полезное решение, которое в дальнейшем будет сулить ему наибольшую выгоду.

Как можно повлиять на принятие решения в пользу товара, еды, напитков, выбора партнера и многом другом, изменив курс направления человеческих желаний путем манипуляций над мозгом? Можно ли лучше разобраться почему в разных ситуациях мы склонны к принятию тех или иных решений, опираясь на то, какие области мозга задействованы в данную минуту? Нейроэкономисты дают положительный ответ, указывая на

то, что человек имеет склонность к влиянию и воздействию извне, со стороны социума. Социальный психолог Роберт Чалдини утверждал, что «мы все находимся под прессингом окружающих нас людей». В исследованиях по нейроэкономике, говорится о том, что данный процесс непосредственно связан с дофаминергической системой головного мозга, которая насыщена нейромедиатором дофамином[3]. Это могут быть некоторые химические препараты, которые настраивают головной мозг на то, чтобы через него с наибольшей легкостью воздействовать на восприятие человека. Особенное воздействие оказывается на людей с повреждением лобных долей, так как им не свойственно чувство самоконтроля, и поэтому происходит спонтанность их покупок и действий.

Само по себе принятие решения - это активность нейронных сетей в головном мозге человека, которая осуществляется при помощи синаптических связей и тормозных синапсов. Началом процесса принятия решения становятся нейроны-детекторы, которые получают информацию об имеющихся вариантах. Затем полученная информация переходит к нейронам-интеграторам, которые накапливают ее во времени и впоследствии осуществляют принятие решения. Чем больше количество информации получают нейроны-интеграторы от детекторов, тем активнее они начинают работать, подавляя активность других нейронов. Принятие решения происходит тогда, когда степень активности нейрона-интегратора достигает пиковой точки и превышает «порог принятия решения». Таким образом, мозг принимает решение гораздо раньше (на восемь секунд), чем сам человек.

Выделяют два вида нейронных сетей. Первая нейронная сеть контролирует эмоциональную оценку ситуации, а вторая - рациональную оценку. Решение будет зависеть от того, чья активность будет больше. Воздействуя извне на данные нейроны, можно изменить решение, т.к. человеку достаточно важно постоянно стимулировать свои нейроны, дабы насытить центр удовольствия. Успех нейромаркетинга состоит в том, чтобы представить товар в «наилучшем свете», т.е. с наибольшим получением дофамина (гормона радости). Эксперимент с вином является наглядным примером, когда один и тот же напиток разлили в разные бокалы и присвоили ценник. Один бокал стоит условно 1500 рублей, а другой 300 рублей. Естественно, людям больше нравилось пить дорогое вино. Не только вкус, но и цена простимулировали центр удовольствия. Можно говорить о том, что «сознательный контроль» индивида представляет собой некую иллюзию обмана. Человек нуждается в том, чтобы получить что-то ценное из внешнего мира, ему необходима подпитка в виде покупки, которая будет активировать и стимулировать необходимые нейроны удовольствия в мозге.

В заключении хочется сказать, что именно нейроэкономика как современная, прогрессивная, невероятно интересная и увлекательная наука поможет решить отдельные экономические проблемы поведения потребителей, специфики принятия ими решений. Именно поэтому нейроэкономика - это наука будущего!

### Источники и литература

- 1) Канеман Д. Думай медленно... решай быстро, 2013.
- 2) Хомская Е. Д. Х Нейропсихология: 4-е издание. — СПб.: Питер, 2005.
- 3) Чалдини Р. Психология влияния, 1984.
- 4) Andrew Caplin, Paul W. Glimcher Neuroeconomics: Chapter 1. Basic Methods from Neoclassical Economics, 2014.