



# Частичная репликация эксперимента

по статье «Фрейминг решений и психология выбора»  
(А. Тверски, Д. Канеман, 1981)

*Боброва А., Заславский С., Ким И., Кузнецов Б., Козлов В.*

## ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ СТАТЬИ

«The Framing of Decisions and the Psychology of Choice»  
(Amos Tversky; Daniel Kahneman)

«Рациональный выбор, ценности и фреймы»  
(Д. Канеман, А.Тверски)



## «Рамочные эффекты при оценке результатов»

1. Один и тот же выбор может быть обусловлен и описан различными способами, независимо от возможных результатов и вероятностью их получения;
2. Уверенность в определённом выборе не означает, что такой же выбор будет сделан при других условиях;



## «Психофизика возможностей»

3. Изменения от невозможности к возможности, от возможности к определённости оказывают большее влияние, чем изменения в середине интервала (Эффект границы категорий);
4. Низкие значения вероятности имеют большие весовые коэффициенты, малые вероятности либо слишком переоцениваются, либо игнорируются полностью, делая вес решений крайне нестабильным в этой области значений;
5. Люди чаще склонны к риску, имея дело с маловероятными выигрышами, и не склонны к нему в случаях с маловероятными потерями;
6. Провал инвариантности - это результат взаимодействия фреймов вероятностных ситуаций и нелинейности значений решений;
7. Событие, характеризующееся неопределённостью, имеет тот же вес, как если бы его исход был определён (эффект псевдоопределённости);
8. Люди сильно недооценивают снижение вероятности риска по сравнению с полным его устранением;

## «Эффект формулировок»

9. Функция ценности и склонности человека оценивать разные варианты в соответствии с некой базисной точкой, которая предложена или подразумевается при формулировке проблемы нелинейна;





## «Трансакция и торговля»

10. Люди чаще оценивают выигрыши и потери в относительных, нежели в абсолютных показателях, что приводит к большим различиям в относительных расходах на другие вещи;

11. Систематический обзор альтернативных фреймов является полезным инструментом рефлексии, который помогает оценить первостепенные и второстепенные последствия выбора;



## «Потери и затраты»

12. Многие проблемы принятия решений приобретают форму выбора между сохранением статус-кво и принятием альтернативы, которая в каких-то отношениях полезна, а в других – имеет недостатки. Возможно, статус-кво определяет рефератные уровни предпочтений для всех характеристик состояния. Преимущества альтернативных вариантов могут быть оценены как выигрыши, а их недостатки – как потери;

13. Когда отказ от части собственности более неприятен, чем удовольствие от приобретение такой же ценности, цены покупки будут заметно ниже цен продажи (эффект начального запаса);

14. Выбор между гарантированными потерями и риском больших потерь может быть фреймом страховки. В таких случаях несогласованность в оценке затрат-потерь может вести к нарушению инвариантности;

15. Субъективное состояние индивида может быть улучшено, если негативный исход будет восприниматься скорее как затраты, нежели как потери (эффект необратимых потерь);

## «Заключительные замечания»

16. Концепции полезности и ценности могут использоваться в двух различных контекстах:

- а) ценность опыта, степень удовольствия или боли, удовлетворения или страдания в реальном опыте или результате;
- б) ценность решения, вклад ожидаемой исхода в общую привлекательность или непривлекательность того или иного варианта выбора.

17. Фундаментальная проблема гедонистической психофизики – определение уровня приспособляемости или стремления, который отделяет позитивные исходы от негативных. Гедонистическая точка отсчета часто определяется как объективное состояние статус-кво, но оно также находится под влиянием ожиданий и условий социального окружения;

18. Обычное несоответствие ценностей решения и опыта создает дополнительные элементы неопределенности во многих задачах принятия решений;

19. Распространенность рамочных эффектов и нарушений инвариантности затрудняет сопоставление ожидаемой и реальной ценности. Фреймы исходов нередко индуцируют ценности, не находящие аналогов в реальном опыте.



## Исследовательские операции

1. Формирование основных тезисов статьи Канемана/Тверски;
2. Выбор задачи для частичной репликации эксперимента Канемана/Тверски;
3. Формирование содержания опросных листов;
4. Сбор данных/Проведение опроса студентов нескольких групп факультета экономики и менеджмента (ДОПОЛНИТЬ);
5. Объединение полученных результатов, полученных в ходе опроса всеми участниками проектной группы;
6. Разработка основных задач для формированию выводов проведённого исследования;
7. Распределение функций по решению обозначенных задач между членами проектной группы;
8. Формирование общих выводов по проведённому исследованию;
9. Подготовка презентации результатов частичной репликации исследования Канемана/Тверски.



## Задача 1

Представьте, что вы решили приобрести пиджак за **125** долларов и калькулятор за **15** долларов.


Продавец калькуляторов сообщает вам, что калькулятор, который вы хотите купить, продается за **10** долларов на распродаже в другом филиале магазина – в 20 минутах езды.

Вы поедете в другой магазин?  
 да  нет

## Задача 2

Представьте, что вы решили приобрести пиджак за **15** долларов и калькулятор за **125** долларов.

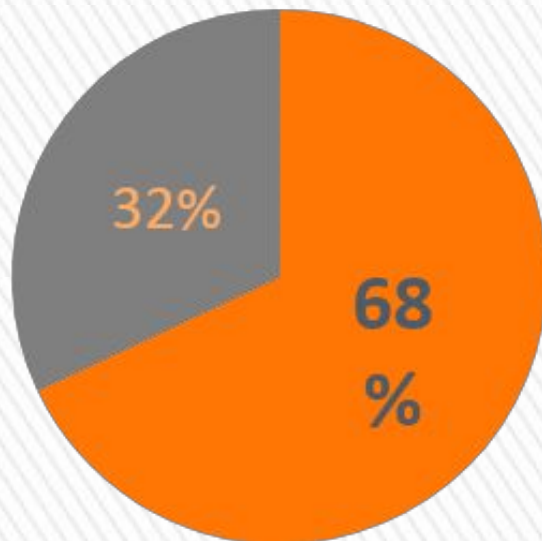
Продавец калькуляторов сообщает вам, что калькулятор, который вы хотите купить, продается за **120** долларов на распродаже в другом филиале магазина – в 20 минутах езды.

Вы поедете в другой магазин?   
 да  нет

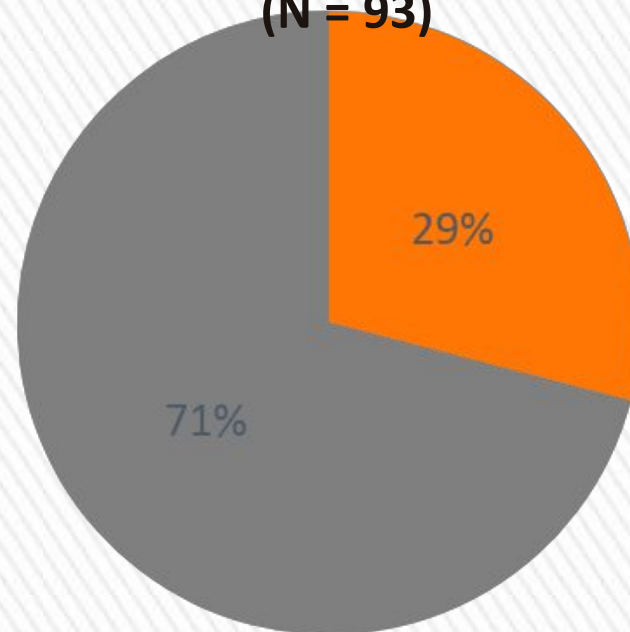


## Результаты оригинального исследования

Задача  
1 (N =  
88)

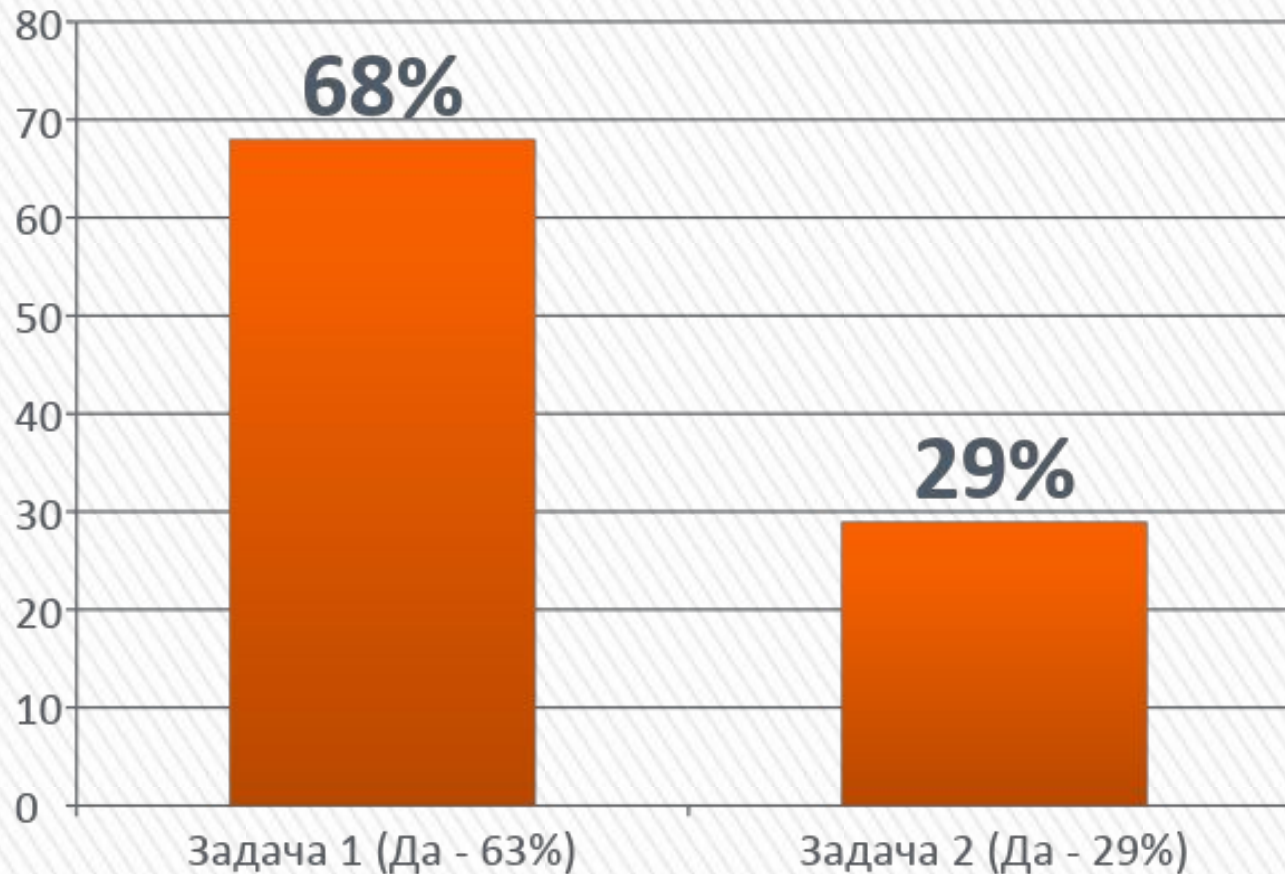


Задача  
2  
(N = 93)



да  
нет

## Сравнение ответов в оригинальном исследовании



Обоснование распределения ответов на задачи «1» и «2», приведённые в статье Канемана/Тверски

«Тематическая организация рационального мышления ведет к тому, что люди чаще оценивают выигрыши и потери в относительных, нежели в абсолютных показателях. Это приводит к большим различиям в относительных расходах на другие вещи.»





результаты  
частичной  
репликации  
исследования  
Канемана/Тверс  
ки



Всего в опросе участвовало 110 респондентов.

Метод исследования: анкетирование, онлайн анкетирование

Задача № 1 была предъявлена 55 респондентам, из которых 19 человек мужского пола и 36 женского пола.

Самый младший – 14 лет

Самый старший – 53 года

Задача № 2 была предъявлена 55 респондентам, из которых 12 человек мужского пола и 43 женского пола.

Самый младший – 18 лет

Самый старший – 40 года

Примерно 2/3 респондентов в возрасте от 18 лет до 21 года



# Описание проведения повторного исследования

## Группа 1. (Кеша)

Опрос был произведен в режиме реального времени.

Были получены и распечатаны 12 карточек с заданиями, 6 с задачей «1» и 6 с задачей «2».

Карточки были перетасованы между собой и переданы на выбор 4 коллегам лично в руки с просьбой ответить на вопрос «да» или «нет». Каждый вытаскивал из условной колоды, не видя текста.

Никаких временных рамок на ответ не вводилось.

Выбор определялся случайным выбросом монеты.

Результаты были собраны в течении 5 минут.

В режиме Online посредством мессенджера Фейсбук.

Ответы были получены в течении приблизительно получаса.

После этого все результаты были перенесены в таблицу и подсчитаны.



## Описание проведения повторного исследования

### Группа 2. (Вячеслав)

Опрос проходил в режиме online (по скайпу).

Были опрошены 6 человек

Задачи «1» и «2» были распределены между участниками опроса поровну.

Задание было ответить “Да” или “Нет” без ограничения по времени.

На опрос было затрачено приблизительно 6 минут.

Пол опрашиваемых- мужской.

Все респонденты - жители России.

Возраст от 38 до 43 лет.



## Описание проведения повторного исследования

### Группа 3. (Сергей)

Опрос проходил в режиме online в социальной сети Vkontakte. Было опрошено 20 человек (жители России, Украины и Белоруссии).

Задачи «1» и «2» были распределены поровну в случайном порядке.

Задание было ответить “Да” или “Нет” без ограничения по времени.

На опрос было затрачено приблизительно 30 минут.

Пол респондентов - женский.

Возраст от 15 до 35 лет





## Описание проведения повторного исследования

### Группа 4. (Саша)

Опрос проводился в режиме online в социальных сетях: вконтакте и фейсбук.

Опрошено 11 человек.

Из них было опрошено 6 женщин и 5 мужчин.

6 человек в рамках 1 задачи, 5 человек в рамках 2 задачи.

Возраст опрашиваемых: 20 - 25 лет.

Общее время опроса колеблется от 1 минуты до нескольких часов.



## Описание проведения повторного исследования

### Группа 5. (Борис)

Опрос был реализован в реальном времени среди студентов факультета экономики и менеджмента.

Было подготовлено 70 опросных листов, из которых в 35 листах была представлена задача «1», в 35 листах задача «2».

В каждой группе опросные листы выдавались лично в руки студента.

Варианты задач чередовались: Задача «1», Задача «2», Задача «1» и т.д.

Одним из условий решения задачи являлась абсолютная самостоятельность, оно предъявлялось в устной форме перед раздачей опросных листов.

Временных ограничений установлено не было.

Опросные листы с ответами были получены в течение 5 минут.

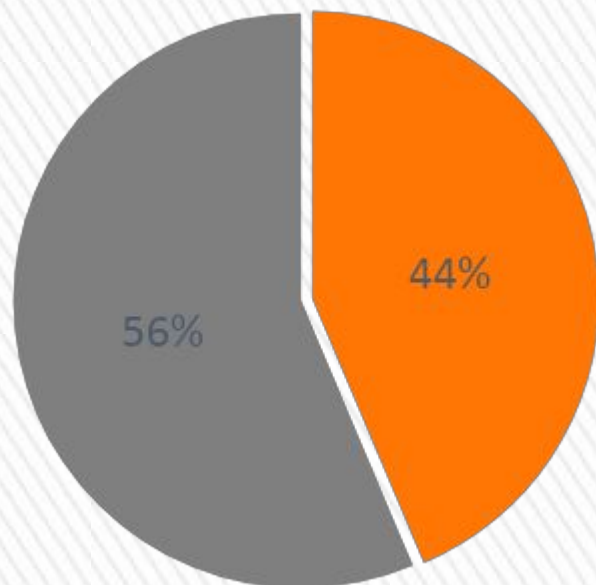
Количество респондентов – 61 человек.

Примерно 3/4 представителей женской аудитории, и 1/4 мужской.

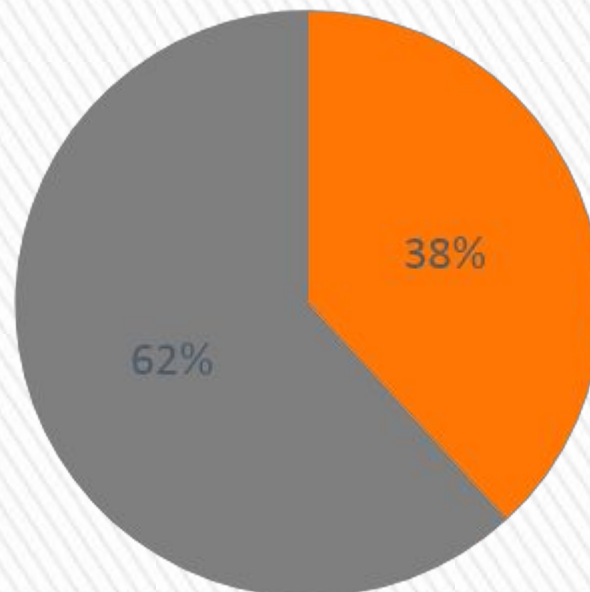


# Результаты проведенного исследования

Задача  
1 (N =  
55)



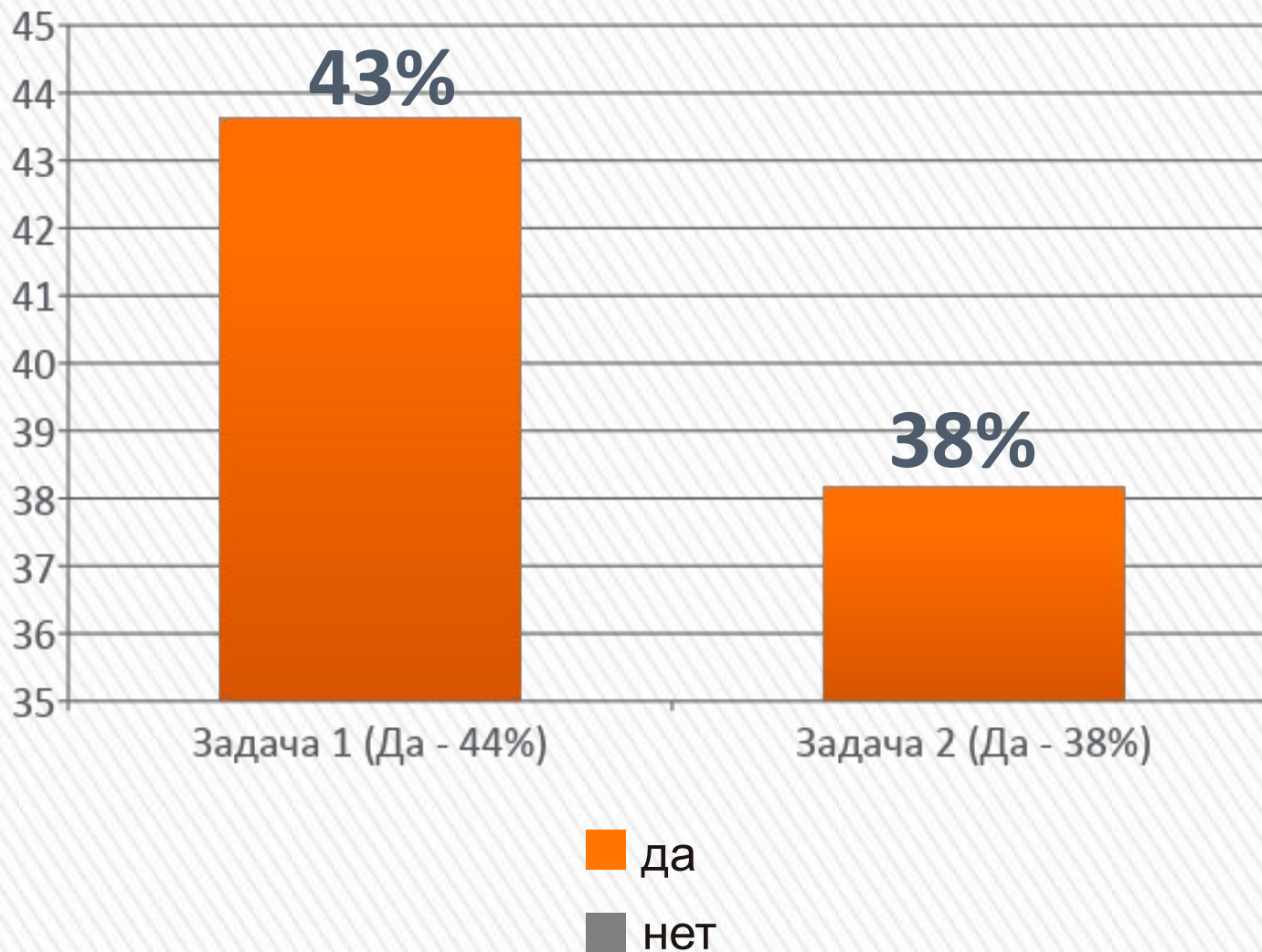
Задача  
2  
(N = 55)



да  
нет



## Сравнение ответов в проведенном исследовании

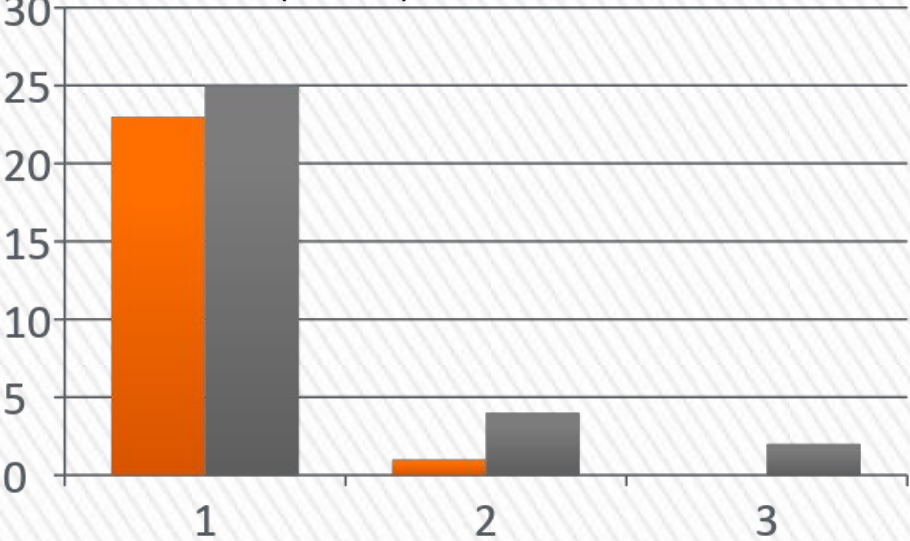


# Результаты проведенного исследования (возраст)

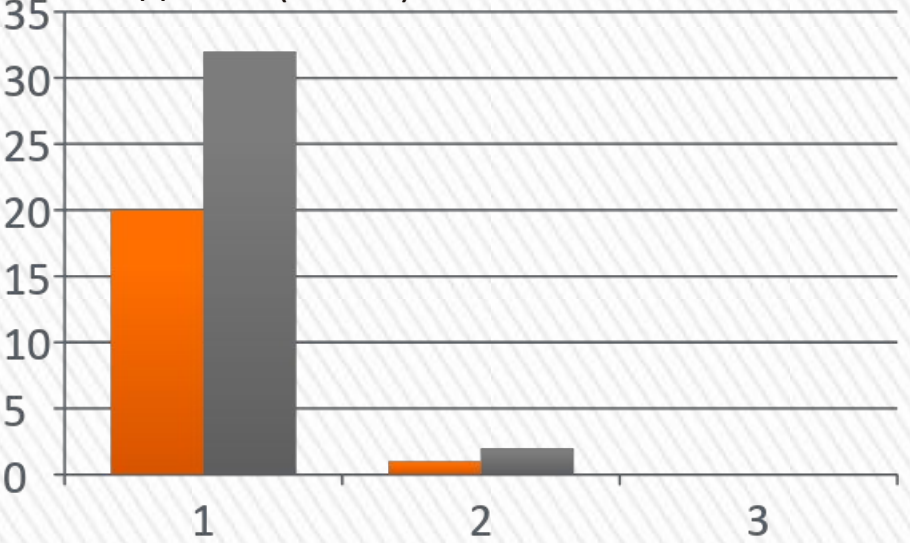
По возрасту	Группа	«Да»	«Нет»
(15-30)	1	20	32
(30-45)	2	1	2
(45-60)	3	0	0

По возрасту	Группа	«Да»	«Нет»
(15-30)	1	23	25
(30-45)	2	1	4
(45-60)	3	0	2

Задача 1 (N = 55)



Задача 2 (N = 55)



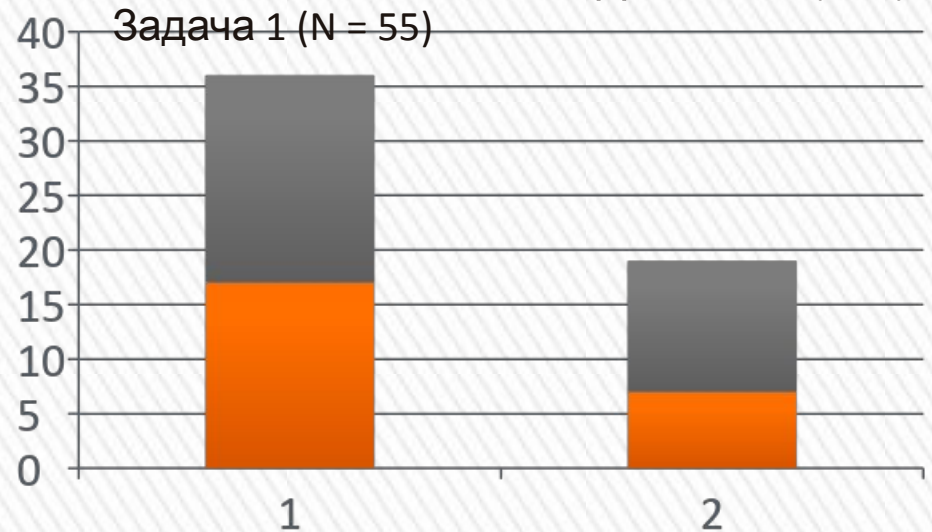
Да Нет



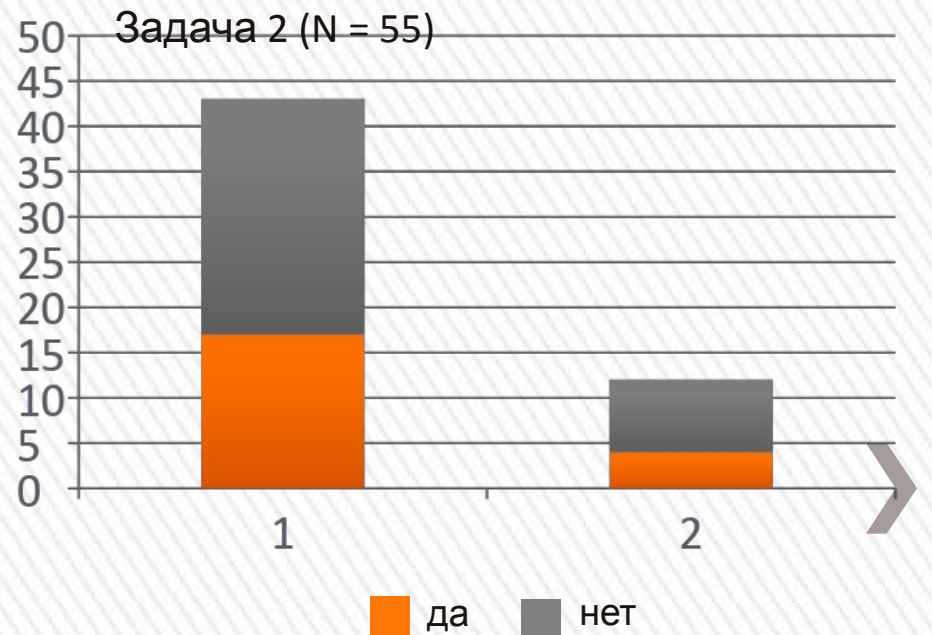


## Результаты проведенного исследования (пол)

По полу	«Да»	«Нет»
1 – жен	17	19
2 - муж	7	12

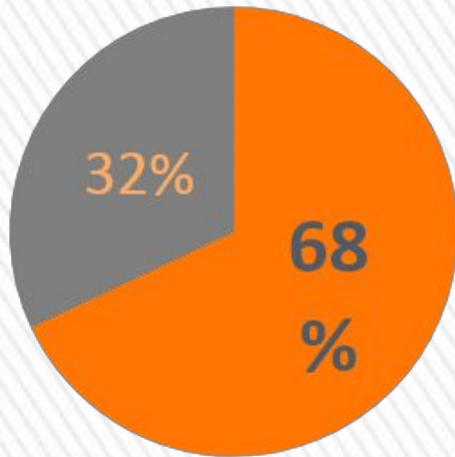


По полу	«Да»	«Нет»
1 – жен	17	26
2 – муж	4	8

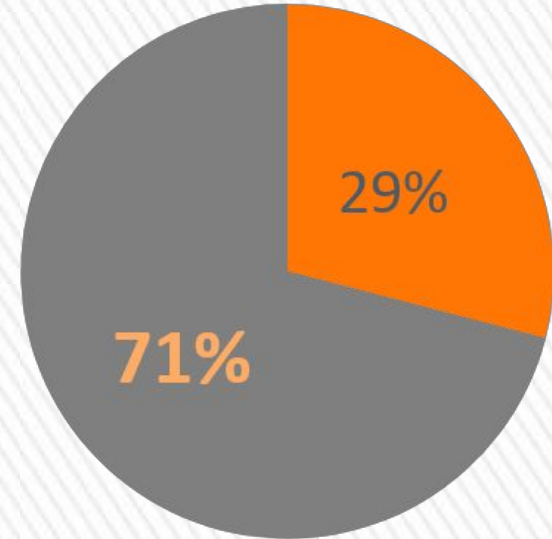


# Сравнение результатов

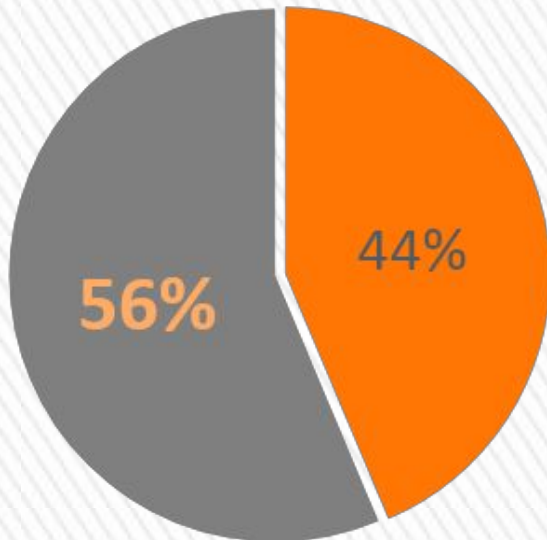
Задача 1



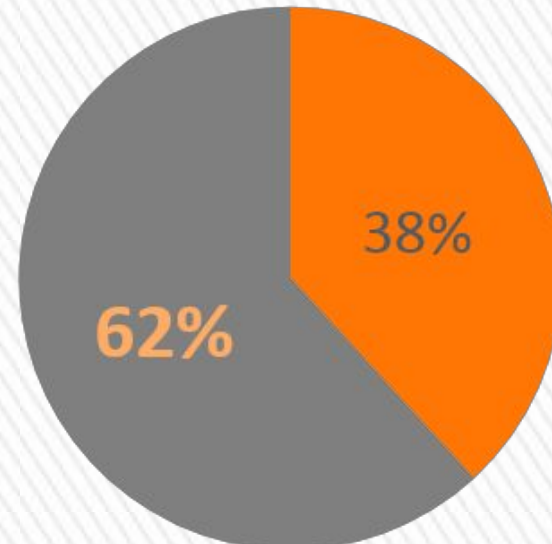
Задача 2



*Оригинальное исследование*



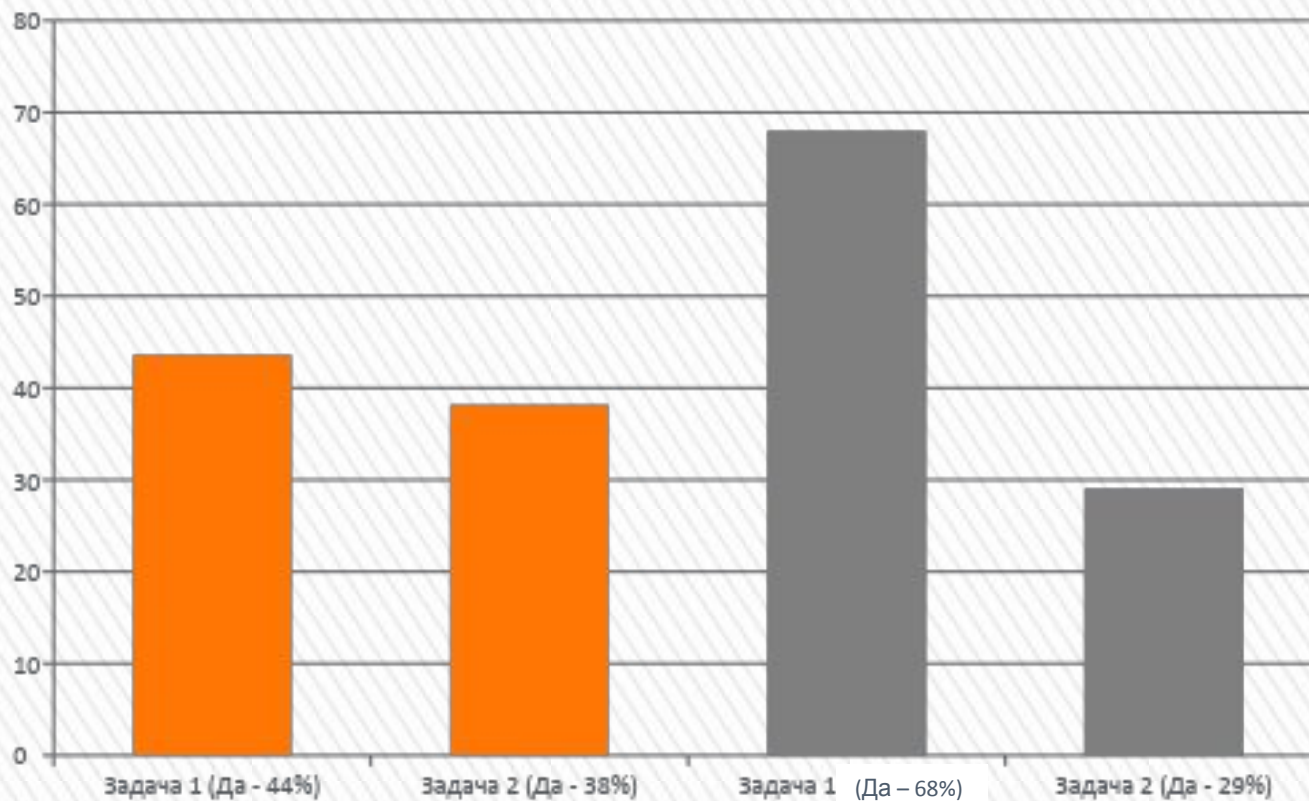
*Проведенное исследование*



да нет



## Сравнение результатов



Проведенное исследование

Оригинальное исследование



## Комментарии респондентов

- Ольга, 25 лет ( задача № 2) «С нынешним курсом - да»
- Мария , 23 года ( задача № 2) «Я не поеду в другой магазин и вообще, я не буду покупать калькулятор за такие деньги, в ####»
- «У меня телефон нормально считает»
- Борис 23 года (задача № 2) «Слушай, а ведь в России бы поехал!»
- «20 шекелей не особо при такой покупке чувствуются, а 400р. как-то посолидней»
- Джимми, 20 лет «В Бельгии проезд на автобус стоит 5 евро, конечно я доеду быстро, но выгоды никакой»
- Представитель КНР, «Время – деньги!»



**В ходе анализа полученных результатов опроса были сформулированы следующие предположения о возможных факторах, оказывавших влияние на процесс принятия решения в рамках поставленных задач:**

1. Территориальный (страна, мегаполис, провинциальный город);
2. Экономический (курс доллара, общее благосостояние, средняя величина ежедневных затрат в том или ином регионе);
3. Социокультурный (менталитет);
4. Ценность и цена (Калькулятор – как ЭВМ широкого потребления в 80-х, калькулятор – как дополнительная функция смартфона в 2016 г.);
5. Контекст времени (покупная способность доллара, плотность дорожного движения);
6. Занятость (наличие свободного времени);
7. Психологический возраст (юношеский, ранняя зрелость, средняя зрелость).
8. Смысл (искажение смысла задачи в ходе перевода оригинала на русский язык)



Спасибо за внимание.

