

Гайбарян П. М. ,

Студентка 2 курса магистратуры

школы философии НИУ ВШЭ

Синтаксическая и семантическая структура эффекта фрейминга

в русскоязычной среде.

Известно, что в условиях выбора люди выбирают разное в зависимости от того, как сформулировано задание. Это доказали Д. Канеман и А. Тверски в работе «"The framing of decisions and the psychology of choice"» в 1981.

Этот эффект объясняется с разных точек зрения, и важным шагом к его объяснению является то, что человек понимается (даже в контексте только экономики), не как полностью рациональный агент. Вместо этого мы признаем существование условных двух систем, одна из которых отвечает за рациональное мышление и разумные выборы, а другая – за мгновенные решения, «интуицию», быструю память и так далее.

На этих основаниях Д. Канеман в 1979 году построил «теорию перспектив», альтернативную экономическую теорию, в которой в частности доказал, что люди больше боятся риска потери, чем, например, радуются возможности удачи.

Частным случаем этого эффекта является так называемый эффект фрейминга. Он состоит в том, что одна и та же ситуация выбора, описанная разными способами, разрешается по-разному. В исследованиях Канемана и Тверски испытуемым предлагалась задача про азиатскую болезнь - двум группам испытуемых дали одну и ту же ситуацию, описанную в разных терминах. Задача – сделать выбор между двумя стратегиями

Группе А:

Представьте, что в городе вспышка необычной “Азиатской болезни”, в случае бездействия властей ожидается 600 жертв. Предлагается выбрать стратегию борьбы:

Программа 1: 200 человек будут спасены.

Программа 2: с вероятностью $1/3$ – 600 человек будут спасены, с вероятностью $2/3$ – никто не спасется.

Первую программу выбирают 72%, а вторую 28.

Группе В:

Представьте, что в городе вспышка необычной “Азиатской болезни”, в случае бездействия властей ожидается 600 жертв. Предлагается выбрать стратегию борьбы:

Программа 1: 400 человек умрут.

Программа 2 \Rightarrow с вероятностью $1/3$ никто не умрет, с вероятностью $2/3$ – 600 человек умрут.

Здесь первую программу выбирают 22%, а вторую 78.

Как видно, распределение ответов на по сути одинаковый вопрос – полностью разное в зависимости от формулировки.

Эффект фрейминга много исследовался на англоязычном пространстве, в том числе для разных половозрастных групп, но в русскоязычной среде таких исследований не проводилось. Поэтому первая наша задача – воспроизвести результаты первых исследований.

В нашем исследовании мы хотим выяснить, какие языковые конструкции более влиятельны, чем прочие. Для этого мы построили простую классификацию таких фраз-описаний. С самого начала мы рассматриваем не только ситуации, аналогичные примеру Канемана-Тверски, где идеальному рациональному агенту все равно, что выбрать, но и ситуации, где выбор может быть этическим, и происходит между несравнимыми вещами.

Но и в ситуациях, где выбор делается между эквивалентными решениями, есть большая языковая разница между отрицательными и неотрицательными формулировками, а также между формулировками, которые содержат числа, и формулировками без чисел (с имплицитными вероятностями в $\frac{1}{2}$).

Мы сформулировали, таким образом, восемь ситуаций-примеров (для каждого типа фреймющей фразы) и по два описания ситуации для каждой. Одно описание формулирует ситуацию в терминах приобретений, другое – в терминах потерь. Теория перспектив говорит нам, что в формулировках «потерь» мы будем наблюдать больший перекося в сторону стремления к отсутствию рисков, чем в формулировках «приобретений».

Нас же интересует, какой из наших восьми случаев сделает этот перекося более явным – это нам еще предстоит узнать.

Если мы заметим, что результаты в случае каких-то формулировок существенно отличаются от результатов в случае других формулировок, то это будет серьезным шагом для заключения о том, как язык может влиять на то, каким ресурсом человек оказывается более склонен пользоваться – вниманием или быстрой памятью (первой или второй системой в терминах Канемана).

Литература:

1. Tversky, A.; Kahneman, D. (1981). "The framing of decisions and the psychology of choice". *Science* 211 (4481): 453–458.
2. Kahneman, D.; Tversky, A. (1984). "Choices, values and frames". *American Psychologist* 39 (4): 341–350.
3. Kahneman, D.; Tversky, A. (1979). "Prospect theory: An analysis of decisions under risk". *Econometrica* 47 (2): 263–291.