

РОЛЬ ЭМОЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Нина Базилевская, Head of Market Science Ipsos в России | Январь 2021



GAME CHANGERS





Эмоция – один из самых неоднозначных и сложно измеримых конструктов, оказывающих огромное влияние на поведение человека.

В разных общепринятых словарях можно найти совершенно разные по сути определения эмоций. Например, если брать англоязычные словари, то в Oxford English Dictionary эмоция определяется как «естественное инстинктивное состояние ума, обусловленное обстоятельствами, настроением или отношениями с другими» («a natural instinctive state of mind deriving from one's circumstances, mood, or relationships with others»). В словаре Merriam-Webster эмоция – это «сознательная психическая реакция (например, гнев или страх), субъективно переживаемая как сильное чувство, обычно направленное на конкретный объект

и обычно сопровождающееся физиологическими и поведенческими изменениями в теле» («a conscious mental reaction (such as anger or fear) subjectively experienced as strong feeling usually directed toward a specific object and typically accompanied by physiological and behavioral changes in the body»). Cambridge English Dictionary говорит, что эмоция – это «сильное чувство, такое, как любовь или злость, или другие сильные чувства» («a strong feeling such as love or anger, or strong feelings in general»). В русском толковом словаре Ожегова эмоция также определяется как «душевное переживание, чувство».

Таким образом, в обывательском представлении нет единого определения эмоций, это и состояние ума, и чувства, и психическая реакция одновременно.

ТРИ БАЗОВЫХ ОСНОВАНИЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭМОЦИЙ

Ipsos, определяя понятие «эмоция», опирается на конструктивистский подход в психологии.

На основании многочисленных исследований схожести и различий эмоциональных реакций, а также последующего многомерного шкалирования и факторного анализа было выделено

3 базовых основания для определения эмоций:

- **Валентность / Направленность** эмоции – позитивная или негативная;
- **Возбуждение / Активность** – уровень психической и физической активации, возбуждения, взволнованности или вовлечённости;
- **Контроль / Доминантность** – относится к способности контролировать аффект.

Эмоция определяется как относительно короткий эпизод скоординированных мозговых, вегетативных и поведенческих изменений, которые облегчают реакцию на событие, имеющее значение для организма.

ДИНАМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ОТ IPSOS

Сторонники популярной интервенционистской теории дуального процесса принятия решений слишком упростили взгляд на роль эмоций. Два независимых способа обработки информации и принятия решений: – Система 1 и Система 2 – связаны с двумя разными когнитивными процессами: быстрый, импульсивный, автоматический и медленный, логичный, рациональный. Эмоции рассматриваются как часть Системы 1, представляющей быстрый, автоматический когнитивный процесс. В целом Система 1 и Система 2 противопоставляются так же, как Эмоция и Мыслительный процесс.

Ipsos Global Science Organisation совместно с институтом LaPsyDE разработали динамическую модель принятия решения, согласно которой Система 1 и Система 2 не действуют изолированно, а процесс обработки информации – это адаптивный процесс, в котором две Системы непрерывно взаимодействуют, и влияние каждой из Систем зависит от ситуации, контекста, культурных особенностей и психотипа человека. Эмоции также не работают изолированно от всего остального и непрерывно влияют как на Систему 1, так и на Систему 2. Соответственно, сам конструкт эмоции не всегда относится к автоматической, подсознательной реакции и зависит от культурного и ситуативного контекста, отталкиваясь от которого можно выделить **4 категории эмоциональной реакции:**

- **Внешние, случайные** эмоции не связаны напрямую с решением. Они, как правило, являются неосознанными. Эти эмоции относятся к настроению человека. Например, негативные эмоции, которые были вызваны пандемией COVID-19, влияли на покупательское поведение людей, хотя сами по себе решения в процессе покупок не были связаны напрямую с ситуацией пандемии. Например, рост покупок шоколада и алкоголя в период локдауна не связан фактически с пандемией, но связан с настроением людей в этот период.

Соответственно, эмоции определяются не просто каким-то конкретным набором чувств – счастье, злость, печаль, – они также описываются значениями по трём параметрам эмоциональной реакции: валентность, возбуждение и контроль. Эти параметры тесно связаны с обстоятельствами возникшей эмоции и культурным контекстом.

- **Эмоции, интегрированные в принятие решения (Task-integrated)**, возникают из самой природы решения и глубоко влияют на соответствующие процессы с течением времени. Эти эмоции могут быть осознанными и неосознанными. Они укоренились в адаптивной обработке самого решения. Например, осознанный страх болезни влияет на выбор канала покупки. Эти эмоции часто возникают на фоне поиска компромиссов в решениях. Например, дистанцирование vs. выход на работу и поддержка бизнеса в период пандемии COVID-19. В поиске компромисса у человека может возникать целый спектр эмоций, которые влияют на конечное решение.
- **Аффективные реакции, которые возникают в ответ на какой-то результат произошедшего опыта.** Эти аффективные реакции могут впоследствии влиять на другие решения в аналогичной ситуации и делать наше решение больше автоматическим, чем продуманным. Например, эмоциональная реакция на полученный сервис влияет на последующий выбор этого сервиса в аналогичной ситуации.
- **Аффективные реакции, которые возникают в ответ на ожидаемый результат.** Эти реакции оказывают очень сильное влияние на процесс принятия решения. Эти эмоции могут быть как осознанными, так и неосознанными. Аффективные реакции на ожидаемый результат формируются в процессе опыта человека, откладываются в его памяти и могут иметь долговременный эффект. Например, реклама формирует такие аффективные реакции (эмоции от ожидаемого результата) ещё до покупки продукта, и эти эмоции влияют на то, будет или не будет совершена покупка рекламируемого продукта.

ИЗМЕРЕНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ РЕАКЦИЙ

Измерение эмоциональных реакций также связано с теоретическим подходом принятия решения. Так, согласно теории дуального процесса принятия решения (Система 1 и Система 2), эмоции относятся к Системе 1, возникают на неосознанном, автоматическом уровне. Соответственно, наиболее подходящие инструменты измерения эмоциональных реакций – это невербальный способ сбора информации: энцефалограмма, измерение кожно-гальванических реакций.

Согласно динамической модели принятия решений Ipsos, способ измерения зависит от категории эмоций. Кроме того, необходимо совмещать вербальное и невербальное измерение, учитывать как неосознанные реакции с помощью измерения нейрофизиологических реакций человека (сердцебиение и кожно-гальванические реакции), так и информацию, которая может быть передана вербальным способом и которая учитывает культурные особенности человека, его восприятие контекста ситуации в целом, ожидания от результата и т.д. Самооценка человеком эмоции по трём параметрам – валентность, возбуждение, контроль – также позволяет существенно улучшить интерпретацию невербальных измерений.

СМОТРИТЕ ТАКЖЕ:

1. The Role of Emotion in Human Decision Making: Implications for Brand Success – Manuel Garcia-Garcia, Ph.D. Global Lead of Neuroscience Global Science Organization, Ipsos (<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-09/arf-emotion-decision-making-mgg.pdf>)
2. Новая динамическая модель от Ipsos Global Science Organization – Нина Базилевская, Head of Market Science, Ipsos в России (<https://www.ipsos.com/ru-ru/novaya-dinamicheskaya-model-ot-ipsos-global-science-organization>)

РОЛЬ ЭМОЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Нина Базилевская, Head of Market Science Ipsos в России | Январь 2021

www.ipsos.com
[@Ipsos](https://twitter.com/Ipsos)

GAME CHANGERS

