

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра консультативной психологии

Прайминг-эффект как фактор принятия рискованных  
финансовых решений

АВТОРЕФЕРАТ  
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ МАГИСТРА

Студентки 2 курса 266 группы  
направления 37.04.01 «Психология»

факультет психологии  
Гусевой Ольги Вячеславовны

Научный руководитель  
д. псих. н., профессор

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т.В.Белых

Зав. кафедрой  
д. псих. н., профессор

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т.В. Белых

Саратов, 2018

## Общая характеристика работы

Актуальность исследования. На сегодняшний день в отечественной психологии существуют единичные исследования совмещающие проблему принятия рискованных финансовых решений с таким понятием как прайминг эффект. В современном обществе, где не малую роль в человеческой жизни занимают финансы, очень важно понять, как человек принимает рискованные финансовые решения и какие факторы влияют на принятие этих решений. Таким образом в нашей магистерской диссертации, путем экспериментального метода, мы узнаем, влияет ли прайминг эффект на принятие рискованных финансовых решений.

Исследованиям теоретических аспектов принятия финансовых решений посвящено немало научных статей. Тем не менее, до сих пор не сформирован категориальный аппарат данного понятия. Исследованиями принятия решений занимались такие ученые как: Н. Бернулли; А. В. Сундукова; Г. А. Саймон; Дж. фон Нейман, К. Эрроу, Д. Мюллер, Дж. Бьюкенен, Г. Таллок, Р. Беккер, Ф. Хайек, М. Кондорсе, Дж. Стиглер, В. Парето, А. А. Леонтьев, А.А. Залевская, У. Эдвардс, Р. Льюс, С. Лихтенштейн; А. Тверски, Д. Канеман; Ю. Козелецкий; Л. С. Выготский, А. Р. Лурия, Д. Н. Узнадзе, С. Л. Рубинштейн, С. Плаус, Р. А. Коффа, В. П. Зинченко, Г. М. Шварцем, Л.Фестингер и многие другие. И хотя существует много взглядов на данную проблему, объединяет эти взгляды общий компонентный состав структуры принятия решений.

История рассмотрения понятия прайминг-эффекта имеет более позднее время возникновения. Начало использования данного методического приема было положено в 1971 году в связи с обнаружением Д. Е. Мейером и Р. У. Шваневелдтом эффекта взаимосвязи прежнего контекста и скорости опознания последующих стимулов. Затем данная тема разрабатывалась следующими учеными: Фаликман М. В, А. Я. Койфман, Михалевская, Daneman, Merikle, Lewicki, Hill, Czyzewska, Greenwald, Draine, Л. Берковиц, Дж. Барг, Л. Барроуз

и М. Чен, Д.Н.Узнадзе, Anderson, Bower, Landman, Manis, Т. Срулла и Р. Уайр-мл., Дж. Капитман и Т. Уилсон, Фиске и Тейлор, Э. Тулвинг, Д. Габриели и другие. При изучении прайминга, возникало много спорных вопросов по поводу независимости или зависимости данного процесса.

Данная диссертационная работа призвана разобраться в аспектах изучения прайминг-эффекта и принятия финансовых решений.

Цель: выявить влияние прайминг-эффекта на принятие рискованных финансовых решений.

Объект: ситуация принятия финансовых решений.

Предмет: прайминг-эффект, как фактор принятия финансовых решений с разной степенью риска.

Задачи исследования:

1. Провести теоретический анализ понятий прайминг-эффекта, принятия финансовых решений и финансового поведения личности.
2. Экспериментально выявить наличие причинно-следственных связей между объединенными группами вопросов 1 и 2 серии эксперимента.
3. Экспериментально выявить наличие причинно-следственных связей между группой вопросов из 1 и 2 серии эксперимента с большой вероятностью выигрыша суммы, большей чем гарантированная сумма выигрыша (вероятности 0.99 и 0.75).
4. Экспериментально выявить наличие причинно-следственных связей между группой вопросов из 1 и 2 серии эксперимента с маленькой вероятностью выигрыша суммы, большей чем гарантированная сумма выигрыша (вероятности 0.01 и 0.25).
5. Провести анализ результатов исследования в сравниваемых группах.

Гипотеза: прайминг-эффект влияет на характер принятия финансовых решений с разной степенью риска.

Методологические и теоретические основания исследования: социально-когнитивная теория (служит концептуальной основой для анализа когнитивных способностей (или ментальных функций) человека, обуславливающих определенные модели поведения.), в частности модель тройной взаимообусловленности; Фаликман М. В; А. Я. Койфман; Д. Е. Мейером и Р. У. Шваневелдтом; Г. А. Саймон (модель ограниченной рациональности); С. Л. Рубинштейн (субъектно-деятельностный подход); Л.Фестингер (теория когнитивного диссонанса); Д.Канемана и А.Тверски (теория перспектив) и др.

Методы исследования:

1. Опрос;
2. Аппаратный метод регистрации движения глазодвигательной активности при помощи системы трекинга глаз, модели RED 500 System, произведенного SMI (SensoMotorik Instruments GmbH, Германия);
3. Метод математической статистики: Т-критерий Вилкоксона.
4. Статистическая обработка результатов исследования проводилась с помощью пакета программ Statistica 22.

Положения выносимые на защиту:

1. В ходе исследования собраны и проанализированы теоретические знания по проблемам прайминга и принятия финансовых решений. За счет современных теоретических материалов дополнена картина взглядов на вышестоящие проблемы.
2. Экспериментально выявлено влияние прайминг-эффекта на принятие финансовых решений, в группах с разной степенью риска.
3. С помощью проведенного эксперимента дополнен существующий инструментарий, благодаря которому в дальнейшем возможно изучение еще не открытых сторон данной темы.
4. Анализ результатов исследования имеет большую практическую значимость для дальнейшего более полного раскрытия, столь

малоисследованной темы, выявления новых закономерностей с учетом проделанной работы.

Научная новизна проведенного исследования заключается в том, что в области психологии был впервые проведен анализ литературы, по теме исследования, которая имеет не столь большую историю существования. Впервые было проведено исследование, включающее в себя явления, которые ранее не изучались вместе. Также впервые было выявлено и описано как прайминг-эффект влияет на принятие рискованных финансовых решений.

Теоретическая значимость диссертационного исследования определяется тем, что впервые был проведен анализ литературы, по достаточно молодой теме исследования «прайминг эффекта». На основе данных, полученных в результате проведенного эмпирического исследования, выявлено как прайминг-эффект влияет на принятие рискованных финансовых решений.

Практическая ценность полученных научных результатов заключается в том, что его теоретические положения и эмпирические результаты могут быть использованы для дальнейшего, более полного раскрытия, столь малоисследованной темы, выявления новых закономерностей с учетом проделанной работы.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы из 76 наименований, 1 приложения. Текст работы иллюстрирован 6 таблицами. Диссертация изложена на 80 страницах, из них 64 страницы основного текста.

## **Содержание работы**

Во введении обоснована актуальность работы, сформулированы ее цель и задачи, научная новизна, практическая значимость и основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе был рассмотрен теоретико-методологический анализ понятий прайминг-эффект и принятие финансовых решений.

На основании анализа теоретических аспектов изучения прайминг-эффекта были сделаны следующие выводы: 1) часть ученых рассматривают прайминг в качестве самостоятельного неосознаваемого процесса; другие – как неосознаваемый компонент каких-либо психических процессов: специфический вид памяти, предшествующая установка и др; 2) проведенный обзор позволяет говорить о том, что прайминг можно рассматривать, как интегративный механизм между всеми уровнями нашей психики, и как поведение, являющееся результатом интеграции и координированной работы всех высших психических функций на бессознательном уровне; 3) прайминг-эффект – это своего рода опыт, отличающийся характером осознания его приобретения, что, в свою очередь, несколько не уменьшает его значимости. На основании данных выводов видно что, прайминг-эффект является достаточно многогранной темой исследования, в которой большое значение имеет с какой именно позиции мы рассматриваем понятие прайминга.

Далее, для того чтобы разобраться в особенностях изучения принятия финансовых решений, были проанализированы взгляды и теории многих авторов, как в области психологии так и в области экономической психологии. В итоге были получены следующие выводы. При многочисленности исследований по проблеме «принятия решений» в настоящее время отсутствует единый категориальный аппарат, однозначное общепринятое определение понятия «решение», до конца не изучен механизм принятия решений, отсутствует единая интегративная междисциплинарная систематизация

теоретического материала. Компонентный состав структуры процесса принятия решений в целом сходен, различие в подходах к его определению (вне зависимости от того является ли подход психологическим или экономическим) касается преимущественно степени детализации основных его компонентов (этапов). При этом во всех схемах процесса принятия решений присутствует ряд общих этапов, что позволяет считать, что процесс принятия решений не зависит от области принятия решений и характера принимаемого решения. Но не смотря на противоречия можно назвать основные особенности, которые в большей мере влияют на процесс принятия финансовых решений. Таким являются внутренние механизмы принятия решений (личностные, регуляторные, мотивационные, когнитивные предпосылки формирования решения) и внешние условия формирования и реализации решений (культура, ценности, нормы общества).

Так же для более подробного изучения вопроса принятия решений были проанализированы психологические аспекты финансового поведения личности, из которых были сделаны основные выводы. Так иррациональное поведение, экономисты рассматривают как девиантное и случайное, на самом деле оно намного более распространено, особенно, когда речь заходит о принятии решений в условиях неопределённости. Более того, люди ошибаются неслучайным образом, и с помощью психологических методов иррациональное поведение может быть идентифицировано и предсказано. Ещё одним из типов финансового поведения можно считать рациональное поведение индивида, нацеленное на минимизацию страданий и максимизацию удовольствий. Сберегательный тип финансового поведения зависит от типа принятия решений и когнитивных способностей индивидов, а также их предшествующего финансового опыта. Одной из важнейших переменных в финансовом поведении личности можно рассматривать самоконтроль. Сбережения были бы невозможны без самоконтроля, который рождается благодаря тому, что в одном человеке соединяются две противоположных

системы предпочтений: с одной стороны, человек думает о будущем и планирует своё поведение на довольно длительные сроки, с другой стороны - живет потребностями текущего периода. Немаловажная роль придается мотивам финансового поведения людей. Они оказывают влияние на действия, способы приобретения новых навыков потребления и сбережений, и исчезновения старых, причины, по которым поведение людей отклоняется от оптимизационной модели.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что «принятие финансовых решений» является комплексной многогранной областью изучения в психологии. В связи с этим, она имеет достаточно много противоречий и проблем, связанных с относительно недавним возрастом изучения данной темы. Поэтому при получении научных данных по данной теме, мы должны учитывать, что какие-то нюансы скрыты от нашего глаза в связи с малоизученностью проблемы.

Во второй главе изложены результаты эмпирического исследования изучающего влияние прайминг-эффекта как фактора принятия финансовых решений.

Исследование было проведено в 2018 году, на базе лаборатории когнитивной психологии ФГБОУ ВО «СГУ им. Н.Г. Чернышевского». В данном исследовании приняли участие 21 респондент, в возрасте от 17 до 27 лет. Условием для подбора респондентов служило отсутствие плохого зрения.

Исследование было разделено на 2 серии с промежутком по времени от 5 до 7 дней. Респонденты (21 человек) проходили 1-ую серию эксперимента, далее после временного промежутка, те же респонденты проходили 2-ую серию эксперимента. Вопросы в 1 серии (2 группы по 14 вопросов) соответствовали вопросам 2 серии с разницей в том, что в 1 серии вопросы были окрашены цветами (зеленый цвет – гарантированный выигрыш, красный цвет – риск проиграть или риск выиграть сумму денег с разной степенью риска).



Для предъявления стимульного материала применялась стационарная система бинокулярного трекинга глаз Eye Tracker. Для создания протокола предъявления стимулов и последующего предъявления материала применяется программный модуль Experimental Center. Испытуемые располагаются перед монитором на расстоянии 65-70 см со встроенной в него системой удаленной регистрации движения глаз. По координатам центра зрачка и роговического блика, а также по результатам калибровки рассчитывается направление взора, привязанное к рассматриваемому наблюдателем изображению. Частота работы системы фиксации взора – 500 Гц. Первичная обработка основных характеристик движения взора производится программой ВеGaze установки Eye Tracker. Полученные данные обрабатываются посредством пакета Excel и другими программами для статистической обработки данных.

Стимульный материал был представлен идентичными вопросами. Первая часть вопроса давала шанс гарантированно выиграть различную сумму денег (от 1\$ до 400\$). Во второй части вопроса предлагался вариант: н/р Не выиграть ничего с вероятностью 0.99 или выиграть 400\$ с вероятностью 0.01. Вторая часть вопроса менялась в зависимости от процентной доли выигрыша/проигрыша (0.99 – 0.01 ; 0.75 – 0.25). (см. ПРИЛОЖЕНИЕ 1).

Результаты эмпирического исследования:

1. Экспериментально выявлено наличие причинно-следственных связей между объединенными группами вопросов 1 и 2 серии эксперимента.
2. Экспериментально выявлена связь между группой вопросов из 1 и 2 серии эксперимента с большой вероятностью выигрыша суммы, большей чем гарантированная сумма выигрыша (вероятности 0.99 и 0.75).
3. Экспериментально выявлена связь между группой вопросов из 1 и 2 серии эксперимента с маленькой вероятностью выигрыша суммы, большей чем гарантированная сумма выигрыша (вероятности 0.01 и

0.25)

4. Проведя анализ результатов исследования можно сказать, что прайминг-эффект является фактором принятия рискованных финансовых решений.
5. Но также нужно учитывать, что в связи с малым количеством эмпирических данных по теме исследования, данная проблема требует дальнейшей проработки и исследования с целью выявления других важных особенностей.

### **В заключении сформулированы основные результаты работы.**

В первой главе нами были рассмотрены: теоретические аспекты исследования прайминг-эффекта, особенности изучения принятия финансовых решений и психологические аспекты финансового поведения. Благодаря анализу научных работ по данным темам мы смогли более глубоко разобраться в вопросах осуществления прайминг-эффекта и особенностях принятия финансовых решений. Важно отметить, что как и в любом вопросе существуют разные точки зрения на природу того или иного явления. Так прайминг-эффект рассматривают и как самостоятельный неосознаваемый процесс и как компонент других психических процессов. Так же расхождения мнений существует по вопросу того, является ли прайминг интегративным механизмом между всеми уровнями нашей психики или все же это поведение, являющееся результатом интеграции и координированной работы всех высших психических функций на бессознательном уровне. При рассмотрении вопроса изучения принятия решений мы столкнулись с проблемой отсутствия единого категориального аппарата данного понятия. Тем не менее, компонентный состав структуры схож в разных теориях и взглядах. Важно отметить основные особенности, которые в большей мере влияют на процесс принятия финансовых решений: внутренние механизмы принятия решений (личностные,

регуляторные, мотивационные, когнитивные предпосылки формирования решения) и внешние условия формирования и реализации решений (культура, ценности, нормы общества).

Вторая глава отражает результаты исследовательской работы, в ходе которой мы достигли цели нашего исследования - выявили влияние прайминг-эффекта на принятие рискованных финансовых решений. Для осуществления поставленной цели нами был построен эксперимент с помощью современного аппаратного комплекса айтрекинга глаз и проведен опрос испытуемых.

Проведенное исследование подтвердило выдвинутую нами гипотезу о том, что прайминг-эффект влияет на характер принятия финансовых решений с разной степенью риска.

Научная новизна проведенного исследования заключается в том, что в области психологии был впервые проведен анализ литературы, по теме исследования, которая имеет не столь большую историю существования. Впервые было проведено исследование, включающее в себя явления, которые ранее не изучались вместе. Также впервые было выявлено и описано как прайминг-эффект влияет на принятие рискованных финансовых решений.

Практическая ценность полученных научных результатов заключается в том, что его теоретические положения и эмпирические результаты могут быть использованы для дальнейшего, более полного раскрытия, столь малоисследованной темы, выявления новых закономерностей с учетом.

## Список используемой литературы:

1. Акофф Р. Искусство решения проблем / Р. Акофф. — М. : Книга по требованию, 2012. — 221 с.
2. Балдин К. В. Риск-менеджмент : учеб. пособие / К. В. Балдин. — М. : Эксмо, 2006. — 368 с.
3. Берковиц Л. Агрессия: причины, последствия и контроль. СПб.: Прайм-Еврознак, 2007. 510 с.
4. Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. — М. : Советская энциклопедия, 1976. — Т. 26. — 453 с.
5. Гурова Л. Л. Принятие решений как проблема психологии познания / Л. Л. Гурова // Вопросы психологии. — 1984. — № 1. — 125-131 с.
6. Гурова Л. Л. Психология мышления / Л. Л. Гурова. — М. : ПЕР СЭ, 2005. — 136 с.
7. Залевская А. А. Введение в психолингвистику / А. А. Залевская. — М. : Изд-во РГГУ, 1999. — 349 с.
8. Зинченко В. П. Формирование зрительного образа / В. П. Зинченко, Н. Ю. Верги-лес. — М. : Изд-во МГУ, 1969. — 108 с.
9. Игнатов В. Г. Теория управления : курс лекций / В. Г. Игнатов, Л. Н. Албастова. — Ростов н/Д. : МарТ ИКЦ, 2006. — 592 с.
10. Карбалевич А.С. Феномен «когнитивного бессознательного» в современной психологии // «Социосфера» – Белорусский государственный педагогический университет им. Максима. – Минск, 2013. – 22-24 с.
11. Ключарев В. А. Нейроэкономика: нейробиология принятия решений / В. А. Ключарев, А. Шмидс, А. Н. Шестакова // Экспериментальная психология. — 2011. — № 2. — 14-35 с.
12. Корнилова Т. В. Принцип неопределенности в психологии выбора и риска [Электронный ресурс] / Т. В. Корнилова // Психологические

- исследования. — 2015. — № 8 (40). — URL : <http://psystudy.ru/index.php/num/2015v8n40/1111-kornilova40.html>.
13. Корнилова Т. В. Принятие решений и риск: психология неопределенности [Электронный ресурс] / Т. В. Корнилова. — М., 2014. — 334 с. — URL: [www.rfh.ru/downloads/Books/144693004](http://www.rfh.ru/downloads/Books/144693004).
14. Краткий психологический словарь / сост. Л. А. Карпенко ; под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. — М. : Феникс, 1998. — 512 с.
15. Когнитивные эффекты динамического прайминга : диссертация ... кандидата психологических наук : 19.00.01 / Куделькина Наталья Сергеевна; [Место защиты: С.-Петерб. гос. ун-т]. - Санкт-Петербург, 2009. - 135 с.
16. Кулагин О. А. Принятие решений в организациях / О. А. Кулагин. — СПб. : Изд. дом «Сентябрь». 2001. — 139 с.
17. Кыштымова И. М. Психосемиотика креативности / И. М. Кыштымова. — Иркутск : Изд-во ИГУ, 2008. — 579 с.
18. Лаптева Е.М., Валуева Е.А. Феномен подсказки при решении задач: взгляд со стороны психологии творчества. Часть 1. Прайминг-эффекты // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2011. Т.8. №4. С. 134-146
19. Ларичев О. И. Теория и методы принятия решений, а также хроника событий в волшебных странах : учебник / О. И. Ларичев. — М. : Логос, 2000. — 296 с.
20. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики / А. А. Леонтьев. — М. : Смысл, 1997. — 287 с.
21. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. — М. : Дело, 1997. — 704 с.
22. Мещерякова Б. Г. Большой психологический словарь / Б. Г. Мещерякова, В. П. Зин-ченко. — СПб. : Прайм-Еврознак, 2008. — 868 с.
23. Мюллер Д. Общественный выбор / Д. Мюллер ; пер. с англ. под ред. А. П. Заостров-цева, А. С. Скоробогатова. — М. : ГУ ВШЭ, 2007. — XII + 1000

с.

24. Нейман Дж. фон. Теория игр и экономическое поведение / Дж. фон Нейман, О. Мор-генштерн ; пер. с англ. под ред. Н. Н. Воробьева. — М. : Наука, 1970. — 707 с.
25. Папшева Л. В. Личностные детерминанты процесса принятия решения в ситуации морально-нравственного выбора / Л. В. Папшева, Е. А. Грищенко // Ученые записки. Серия: Психология. Педагогика. — 2010. — Т. 3, № 3 (11). — С. 62-68.
26. Плаус С. Психология оценки и принятия решений» решений : пер. с англ. / С. Плаус. — М. : Филинь, 1998. — 368 с.
27. Ребер А. Большой толковый психологический словарь : в 2 т. / А. Ребер. — М. : Вече, 2000. — Т. 2. — 592 с.
28. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. — СПб. : Питер, 2000. — 712 с.
29. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления / Г. Саймон // Thesis. — 1993. — Т. 1, вып. 3. — С. 16 -38.
30. Саймон Г. Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении / Г. Саймон // Вехи экономической мысли. Том 2. Теория фирмы / под общ. ред. В. М. Гальперина. СПб. : Экон. шк., 2000. — С. 54-72.
31. Солсо Р. Л. Когнитивная психология / Р. Л. Солсо. — М. : Тривола, 1995. — 591 с.
32. Спасенников В.В. Экономическая психология: Учеб. пособие / В.В. Спасенников. — М.: ПЭРСЭ, 2003. — 448 с.
33. Сундуков А. В. Системный подход к интерпретации процесса принятия решения субъектом / А. В. Сундуков // Социально-экономические явления и процессы. — 2013. — № 9 (55). — С. 107-109.
34. Терентьев Н. Ю. Определение и классификация решений / Н. Ю. Терентьев // Проблемы учета и финансов. — 2013. — № 4 (12). — С. 80-

83.

35. Тимошенко Е.А., Епанчинцева Г.А. феноменология понятия прайминг, модели прайминга
36. Узнадзе Д.Н. Психологические исследования. М.: Наука, 1966. — 452 с.)
37. Фаликман М. В. Прайминг и прайминг-эффекты (эффекты предшествования) // URL: <http://virtualcoglab.cs.msu.su/projects/priming.html> (дата обращения: 8.05.2018).
38. Фаликман М.В., Койфман А.Я. Виды прайминга в исследованиях восприятия и перцептивного внимания, вестн. Моск. Ун-та. Сер. 14. Психология. 2005. № 3
39. Филиппова М.Г. Исследование неосознаваемого восприятия (на материале многозначных изображений) // Экспериментальная психология познания: когнитивная логика сознательного и бессознательного / под ред. В.М. Аллахвердова. – СПб., 2006. – С. 167
40. Чудновская С. Н. Управленческие решения : учеб. пособие / С. Н. Чудновская. — М. : Эксмо, 2007. — 304 с.
41. Шварц Г. М. Психология индивидуальных различий / Г. М. Шварц. — М. : Промысел : Диалог-МГУ, 1997. — 180 с.
42. Automaticity of Social Behavior: Direct Effects of Trait Construct and Stereotype Activation on Action. John A. Bargh, Mark Chen, and Lara Burrows // Journal of Personality and Social Psychology. – 1996. – Vol. 71, № 2. – P. 230—244
43. Balota D., Paul S. (1996) Summation of Activation: Evidence From Multiple Primes That Converge and Diverge Within Semantic Memory // Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, Vol. 22, No. 4, 827- 845
44. Bargh J.A., Chaiken S., Gollwitzer P.M., Trötschel R., Strack F. The generality of the automatic attitude activation effect // Journal of Personality and Social Psychology. 1992. 62. 893–912

45. Berthoud R, Kempson E. Credit and debt. Policy Studies Institute, London, 1992; Ford J.
46. Brest P. Problem Solving, Decision Making, and Professional Judgment: A Guide for Lawyers and Policymakers / P. Brest, L. H. Krieger. — Oxford : Oxford University Press, 2010. — 696 p.
47. Camerer\_C, Babcock\_L, Loewenstein\_G, Thaler\_R Labor supply of New York City cabdrivers: one day at a time. Quarterly journal of economics, May 1997, Vol.CXII, No.2, pp.407-442
48. Collins A.M., Loftus E.F. A spreading activation theory of semantic processing // Psychological Review. 1975. 82. 407–428
49. Curwen, 1990; Hartrop et al., 1987; Leigh-Pemberton, 1989; Parker G. Getting and Spending: Credit and Debit, Aldershot, Avebury, 1990.
50. Fiske S.T. and Taylor S.E. Social cognition (2nd edn.). – New York: McGraw Hill, 1991.
51. Furnham A. (1985) Why do people save? Attitudes to, and habits of saving money in Britain, Journal of Applied Social Psychology, 15, 354-73.
52. Furnham A., Argyle M. The Psychology of Money, London ; New York, Routledge, 1998.
53. Kahneman, D., & A. Tversky. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk, Economet-rica 47, 263–291.
54. Kolb & Whishaw: Fundamentals of Human Neuropsychology. – 2003. – P. 453–457
55. Laibson D., Zeckhauser R. (1998) Amos Tversky and the Ascent of Behavioral Economics, Journal of Risk and Uncertainty, 16, p. 17.
56. Lea S., Webley P. & Levine R.M. The economic psychology of consumer debt. Journal of Economic Psychology, 1993, 14, pp. 85-119.
57. Lindqvist A. A note on determinants of household saving behaviour. Journal of Economic Psychology, 1981, 1, p. 39-57.
58. Lunt P. & S.M. Livingstone (1992) Mass Consumption and Personal Identity.



- Everyday economic Experience. Buckingham: Open University Press.
59. Lunt P. Discourses of saving, *J. of Economic Psychology*, 17 (1996), pp. 677-690.
  60. Mayr S., Buchner A. Negative priming as a memory phenomenon: A review of 20 years of negative priming research // *Journal of Psychology*. 2007. 215. 1. 35.
  61. Meyer D. E., Schvaneveldt R. W. Facilitation in recognizing pairs of words: evidence of a dependence between retrieval operations // *Journal of Experimental Psychology*. 1971. Vol. 90. No. 2. P. 227 – 234
  62. Neill W.T. Episodic retrieval in negative priming and repetition priming // *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, & Cognition*. 1997. 23. 6. 1291–3105
  63. R. Wahlund, J. Gunnarsson Mental discounting and financial strategies, *Journal of Economic Psychology*, 1996, 17, p. 709-730.
  64. Ratcliff R., McKoon G. A retrieval theory of priming in memory // *Psychological Review*. 1988. 95. 385–408
  65. Rothermund K., Wentura D., Houwer J.D. Retrieval of incidental stimulus-response associations as a source of negative priming // *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, & Cognition*. 2005. 31. 3. 482–495
  66. Schacter D.L., Buckner R.L. Priming and the brain. Review // *Neuron*. 1998. Vol. 20. P.185-195. p. 185
  67. Sheffrin H.M. & Thaler R.H. (1978) An Economic Theory of Self-Control, NBER Working Papers N208.
  68. Sheffrin H.M. & Thaler R.H. (1988) The behavioral life-cycle hypothesis, *Economic Inquiry*, 26, 609-43.
  69. Sonuga-Barke E.J.S & Webley P. (1993) *Children's Saving: a Study in the Development of Economic Behaviour*, Hove, UK: Lawrence Erlbaum Associates.

70. Tulving E. Episodic memory: From mind to brain // Annual Review of Psychology. – 2002. – № 53. – P. 1–25.
71. Tversky, A., & D. Kahneman. (1974). “Judgment under uncertainty: Heuristics and biases,” Science 185, 1124–1131.
72. Van Veldhoven G., Groenland E. Exploring saving behaviour: a framework and a research agenda. J. of Economic Psychology, 1993, 14, p. 508-509.
73. Wahlund R. & Warneryd K.-E. Aggregate saving and the behaviour of saving groups in Sweden accompanying a tax reform, in S. Maital (ed.) Applied Behavioural Economics, vol.1, Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf, 1988.
74. Warneryd K.-E. The Psychology of Saving, Cheltenham, UK, Northampton, USA, Edward Elgar Publ., 1999, p.167.
75. Wilson T.D., Capitman J.A.. Effect of script availability on social behavior // Personality and Social Psychology. – Bulletin, 1982. – № 8. – P. 11–19
76. Wyer R.S., Jr., & Srull T.K. Category accessibility: Some implicit memory // Journal of Experimental Social Psychology. – 1981. – № 24, theoretical and empirical issues concerning the processing of social. – P. 490–504.].