

JAN POLOWCZYK*

Elementy ekonomii behawioralnej w dziełach Adama Smitha

„Życie wciąż wysuwa nowe fakty i nowe postacie zjawisk. Każda generacja rozporządza pod tym względem doświadczeniem. Stąd ciągła konieczność uzupełniania teorii, precyzowania jej, przybliżania do rzeczywistości, dostosowywania do bogatszej treści doświadczenia, przebudowy systemu teoretycznego”.

[Taylor 1957, s. 5]

W związku z rosnącym zainteresowaniem ekonomią behawioralną, która szerokim nurtem łączy poglądy opozycyjne w stosunku do tzw. ekonomii tradycyjnej (nazywanej też ekonomią głównego nurtu, neoklasyczną, standardową czy ortodoksyjną), warto powrócić do źródeł, czyli do koncepcji Adama Smitha (1723–1790). Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie poglądów Smitha, które są mocno zbieżne z ideami współczesnej ekonomii behawioralnej. Poglądy te zostały przedstawione w jego dwóch podstawowych dziełach: *Teorii uczuć moralnych* [1989] oraz *Badaniach nad naturą i przyczynami bogactwa narodów* [2007].

Wprowadzenie

A. Smith był nie tylko ekonomistą. Był także wybitnym etykiem¹. Mając 29 lat został profesorem filozofii moralnej na uniwersytecie w Glasgow. Przedmiot ten obejmował wówczas teologię, etykę, prawo i politykę, a w ramach tej ostatniej – także ekonomię. Pierwszym znaczącym dziełem Smitha była napisana w 1759 r.

* Dr Jan Polowczyk – niezależny konsultant, członek redakcji „Przegląd Organizacji”, e-mail: jp@janpolowczyk.pl

¹ „Był także filozofem, psychologiem, historykiem i socjologiem, który stworzył wizję świata, obejmującą motywację ludzką, «etapy» historyczne i mechanizmy ekonomiczne (...). Z tego punktu widzenia *Bogactwo narodów* jest nie tylko arcydziełem ekonomii politycznej, ale fragmentem opisu dziejów całej ludzkości” [Heilbroner 1993, s. 64].

Teoria uczuć moralnych [1989]. Podjął tam próbę uporządkowania zasad etyki, które miały pomóc we właściwym kształtowaniu współzycia ludzi. Nie budował doktryny mówiącej, co jest dobre, a co złe, lecz teorię wyjaśniającą postępowanie ludzi. Rozważał kwestie dotyczące tego, co jednoczy społeczeństwo wolnych ludzi, dlaczego oprócz egoizmu przejawiają również miłość bliźniego i altruizm [Smith V.L. 1998; Chodorowski 2002, rozdz. 3]. Dopiero po kolejnych 17 latach ukazało się jego najważniejsze dzieło nazywane w skrócie *Bogactwem narodów*, które przyniosło mu miano „ojca ekonomii”.

Należy dodać, że jeszcze za życia Smitha oba dzieła przyniosły mu uznanie i doczekały się po kilka wydań, jednak każde było publikowane oddzielnie. W późniejszym chronologicznie *Bogactwie narodów* nie ma bezpośrednich odwołań do dzieła pierwszego. *Teoria uczuć moralnych* jeszcze za życia Smitha miała sześć angielskich wydań i została przetłumaczona na język francuski i niemiecki. Jej sukcesu nie przesłoniło nawet *Bogactwo narodów* [Buchan 2008, s. 63].

Obecnie najbardziej akceptowaną definicją ekonomii jest sformułowanie Lionela Ch. Robbinsa z 1932 r. [1935, s. 16]: „Ekonomia jest nauką, która bada zachowania człowieka jako związku między celami i ograniczonymi środkami mogącymi mieć alternatywne zastosowania”. Pierwsza część jego definicji wskazuje na znaczenie badania zachowań człowieka. Jest to także stały element wielu współczesnych definicji ekonomii jako nauki [Backhouse, Medema 2009]. Możemy zatem przyjąć, że we współczesnej ekonomii jest pewien konsens co do tego, iż podstawowym podmiotem ekonomii jako dyscypliny naukowej jest człowiek i jego zachowania związane z szeroko rozumianymi działaniami gospodarczymi. Oba podstawowe dzieła A. Smitha należy traktować jako całość, a dzieło pierwsze jest wręcz fundamentem dzieła drugiego. Podstawowym podmiotem ekonomii jako dyscypliny naukowej jest człowiek². To gatunek *homo sapiens* jest twórcą ekonosfery³ – globalnego systemu gospodarczego składającego się z miliardów ludzi i organizacji, które pomnażają osiągnięcia ludzkości. Dlatego rdzeniem teorii ekonomii musi być teoria ludzkiego zachowania [Beinhocker 2006, s. 115].

Tymczasem w XX w. *Teoria uczuć moralnych* popadła w zapomnienie. Stało się tak w dużym stopniu za sprawą koncepcji L. Walrasa i V. Pareto, które nadały kierunek rozwojowi ekonomii w XX w., eliminując wszelkie wpływy filozofii moralnej (etyki), a szczególnie psychologii. Odwoływanie się do psychologii i moralności uważane było za nienaukowe. Informacja o *Teorii uczuć moralnych* stała się w podręcznikach ekonomii swojego rodzaju ciekawostką, kwitowaną co najwyżej kilkoma ogólnymi zdaniem.

² „Głównym tedy przedmiotem badania ekonomiki są istoty ludzkie, których losem, dobrym czy złym, jest zmiana i postęp. Fragmentaryczne hipotezy statyczne są używane jako przejściowe środki pomocnicze do koncepcji dynamicznych, lub raczej biologicznych: lecz centralną ideą ekonomiki, nawet wówczas, gdy przedmiotem badania są jedynie jej podstawy, musi być idea żywej siły i ruchu” (Marshall 1925, s. III–IV).

³ Termin ekonosfera (*econosphere*) wprowadził S. Kauffman [2000, s. 211].

I. Natura jako siła sprawcza rozwoju

Adam Smith jako deista wierzył w siłę sprawczą Boga – głównego pomysłodawcy urządzenia wszechświata. Smith był osiemnastowiecznym filozofem, który dążył do jak najpełniejszego opisu otaczającej rzeczywistości. Interesowały go motywy działań ludzi i to, jak ich pojedyncze wysiłki przyczyniają się do rozwoju dobrobytu całych narodów.

Należy pamiętać, że w sensie rozwoju gospodarczego, technicznego i społecznego, osiemnastowiecznej Szkocji i Anglii było bliżej do epoki Cesarstwa Rzymskiego niż do Europy z początku XXI w. [Beinhocker 2006, s. 11]. Zaczęto już używać silnika parowego, ale nic nie zapowiadało pojawienia się pociągów i statków parowych, które znakomicie skróciły odległości, czy powstania wielkich zakładów przemysłowych. Smith zachwycał się sprawną organizacją i wydajnością manufaktury szpilek, która zatrudniała raptem dziesięciu pracowników [2007, s. 10].

A. Smith miał świadomość, że człowiek jest częścią ziemskiej przyrody i najbardziej społecznie rozwiniętym przedstawicielem świata zwierząt [2007, t. 1, s. 19, 94, 173]. Zdawał sobie sprawę z procesów rozwojowych, które prowadziły od epoki myślistwa, zbieractwa, rolnictwa do współczesnej mu epoki handlu. Zachwycał się doskonałością tego ruchu w kierunku coraz większego dobrobytu ludzkości. Nie znał jeszcze pojęcia ewolucji w sensie C. Darwina [2009]. Za głównego sprawcę procesów rozwojowych uważał Boga.

Danuta Petsch, autorka polskiego przekładu *Teorii uczuć moralnych*, w „Słowie wstępnym” zwraca uwagę, że Bóg jest nazywany przez Smitha także Stwórcą, a najczęściej – Naturą. Jednakże nie wyjaśnia, dlaczego Smith wielokrotnie pisze o „naturze” – małą literą, a jeszcze w innych miejscach: „Twórca Natury” (w oryginale jest *„the Author of nature”*) [1989, s. 112], „najświatlejszy Stwórca Natury” (*„the all-wise Author of Nature”*) [1989, s. 188] lub „wielki Administrator Natury” (*„the great Director of nature”*) [1989, s. 113]. Być może jest to niezamierzona niekonsekwencja autora lub/i wydawców czy tłumaczki, która znacznie częściej pisze „natura” dużą literą niż to robi Smith, a może objaw pewnej trudności w objaśnianiu sprawstwa Boga. Logiczne byłoby przyjęcie (i zgodne z deizmem), że Bóg (Stwórca, Twórca, Administrator) stworzył przede wszystkim naturę, częścią której są ogólne zasady porządku i rozwoju świata. Obecnie te ogólne zasady nazywane są ewolucją. Gdyby w dziele Smitha wszystkie słowa „natura” (lub „Natura”) zastąpić słowem „ewolucja”, to bez zmiany sensu otrzymałoby ono zupełnie współczesny wymiar.

A. Smith przyjmuje, że ogólne reguły moralne wynikają z praw boskich [1989, s. 236–250]. Uważa, że „religia wzmacnia wrodzone poczucie obowiązku” i nawet w najprymitywniejszej formie nadawała sankcje regułom moralności na długo przed okresem spekulacji i filozofii. Według Smitha [1989, s. 112–113] „samozachowanie i rozmnażanie się gatunków to są wielkie cele, które Natura zdaje się wysuwać stwarzając wszystkie istoty żywe. Ludzie okazują pragnienie osiągnięcia tych celów i niechęć do przeciwnych celów; przez miłość do

życia i obawę przed śmiercią; przez pragnienie, by wszystkie gatunki trwały nieprzerwanie po wieczne czasy przez niechęć wobec idei, że może nastąpić ich całkowita zagłada”. Natura wskazała większość odpowiednich środków do osiągnięcia owych celów „za sprawą wrodzonych odruchowych instynktów. Głód, pragnienie, uczucie, które łączy dwie płci, zamięłowanie do przyjemności i strach przed bólem, skłaniają nas do stosowania tych środków dla nich samych bez najmniejszego rozważania ich tendencji do osiągnięcia tych dobroczynnych celów, które wielki Administrator Natury zamierzał przez nie osiągnąć”.

II. Ekonomia behawioralna

Związki ekonomii i psychologii są widoczne już w starożytnym dziele *Oikonomikos* Ksenofonta [Polowczyk 2009a]. Związki te były oczywiste także dla osiemnasto- i dziewiętnastowiecznych ekonomistów. Jednak w pierwszej połowie XX w. weliminowano z ekonomii niemal wszystkie wpływy psychologiczne. Proces usuwania psychologii z ekonomii nazywany jest przewrotem paretońskim (*Paretian turn*) [Bruni, Sugden 2007; Wojtyna 2008; Brzeziński, Gorynia, Hockuba 2008]. Jak podkreśla R.H. Thaler [2000], jeszcze w pierwszej połowie XX w. autorzy tacy jak I. Fisher czy J.M. Keynes, wyjaśniając ekonomiczne zachowania, podkreślali czynniki psychologiczne. Matematyczna rewolucja zaczęła się w latach 40. od prac J. Hicksa i P. Samuelsona, kreując optymalizującego agenta. Powstały teorie na bazie hipotezy racjonalnych oczekiwań J. Mutha, R. Lucasa i innych.

Ponad czterdzieści lat temu K.E. Boulding [1985, s. 49–50] pisał, że choć większość ekonomistów uważa optimum Pareto za oczywiste, to jednak „spoczywa ono na niezwykle kruchej podstawie stwierdzeń etycznych”. Z optimum Pareta wynika, że w ramach danego systemu nie występuje nigdzie wrogość ani życzliwość. Takie ujęcie zakłada egoizm, tzn. całkowitą niezależność indywidualnych funkcji preferencji. Według Bouldinga „trudno sobie wyobrazić opis bardziej odbiegający od obrazu ludzkiej egzystencji”.

Większość współczesnych koncepcji ekonomii behawioralnej nie jest nowa. Oznaczają one powrót do korzeni neoklasycznej ekonomii po trwającej wiek „wyprawie okrężnymi drogami” [Camerer, Loewenstein 2002]. W czasach, kiedy ekonomia zaczęła być traktowana jako ważny obszar badań, psychologia nie istniała jako dyscyplina naukowa. Wielu ekonomistów było wówczas jednocześnie psychologami. Wybitnym prekursorem ekonomii behawioralnej był H.A. Simon, autor pojęcia ograniczonej racjonalności [1976, 1982].

Wśród ekonomistów behawioralnych, chociaż można spotkać wielkich entuzjastów tego nurtu (np. Nelson i Winter [1982]; Beinhocker [2006]; Ariely [2009a, 2009b]), dominuje ton wyważony. Amos Tversky i Daniel Kahneman [1986] przyznają, że wykorzystanie normatywnej analizy do przewidywania i wyjaśniania rzeczywistego zachowania jest uzasadnione przede wszystkim dlatego, że ludzie powszechnie dążą do efektywnego osiągnięcia swoich celów. Z tego powodu ważne

jest opisywanie wyborów jako procesów maksymalizacji korzyści. Jednostki i organizacje działające racjonalnie mają większe szanse przetrwania w konkurencyjnym otoczeniu. Jednakże odchylenia rzeczywistego zachowania od normatywnego modelu są na tyle powszechne, że nie mogą być ignorowane. Są zbyt systematyczne, aby mogły być traktowane jako błąd losowy i zbyt fundamentalne, aby zmieścić się w ramach systemu normatywnego ekonomii głównego nurtu. Podobne argumenty przytacza wielu ekonomistów behawioralnych, np. G. Loewenstein [2000].

Z perspektywy neoklasycznej ekonomii trudno jest wyjaśnić wiele aspektów życia gospodarczego. Tadeusz Kowalski [2001, s. 11], powołując się na wyniki badań ekonomii eksperymentalnej i socjologii ekonomicznej wskazuje, że „faktyczne zachowania i decyzje podmiotów dalece odbiegają od postulowanego schematu *homo oeconomicus* ekonomii klasycznej”. Cała struktura współczesnej ekonomii neoklasycznej wspiera się na stosunkowo prostym modelu ludzkiej natury: człowiek jest uznany za jednostkę racjonalnie dążącą do maksymalizacji własnej korzyści, samolubną i pragnącą zapewnić sobie możliwie największy dostatek materialny. Racjonalna kalkulacja osobistych korzyści jest powszechna i jak trafnie zauważa F. Fukuyama [1997, s. 28–32], dzieje się tak „wystarczająco często, by można było na tej podstawie formułować prawa ekonomiczne i planować politykę państwową. (...) Nieracjonalne jednak, społeczne pobudki działań ludzkich są na tyle istotne, że neoklasyczny model człowieka należy uznać za niepełny”.

Ekonomia behawioralna zwiększa potencjał wyjaśniający ekonomii poprzez dostarczenie bardziej realistycznych fundamentów psychologicznych. Wzrost realizmu powinien udoskonalić ekonomię, a tym samym przyczynić się do lepszego zrozumienia, opisywania i przewidywania procesów gospodarczych. To przekonanie nie pociąga za sobą całkowitego odrzucenia neoklasycznego podejścia do ekonomii opartego na maksymalizacji użyteczności, równowadze i efektywności. Camerer i Loewenstein [2002] uważają, że na dłuższą metę uproszczone modele oparte na założeniu ścisłej racjonalności zostaną zastąpione przez modele behawioralne. Założenie ścisłej racjonalności, które obecnie jest traktowane w ekonomii jako nieodzowne, powinno być w przyszłości traktowane jako użyteczny, ale specjalny przypadek.

R.H. Thaler [2000] przewiduje, że *homo oeconomicus* będzie ewoluował w kierunku *homo sapiens*: „utraci swoje wysokie IQ i będzie bardziej emocjonalny”. W związku z tym, ekonomiści będą badać ludzkie poznanie, emocje i będą bardziej rozróżniać teorie normatywne od deskryptywnych, podobnie jak psycholodzy. Teorie normatywne charakteryzują wybory racjonalne, natomiast teorie deskryptywne opisują rzeczywiste wybory. Obecnie ekonomiści tradycyjnie wykorzystują jedną teorię do dwóch celów: normatywnego i opisowego.

Współcześni behawioryści jeszcze do niedawna zupełnie nie interesowali się koncepcjami naukowymi A. Smitha. Można to do pewnego stopnia wytłumaczyć tym, że wielu z nich było psychologami, jak Tversky czy Kahneman⁴. A na

⁴ D. Kahneman nie wspominał o Adamie Smithie nawet w swoim wykładzie noblowskim [2002].

pewno świadczy to o tym, jak bardzo współcześni ekonomiści zapomnieli o *Teorii uczuć moralnych* [Polowczyk 2009b]. Dopiero ostatnie lata przyniosły istotną zmianę. Najnowsze interpretacje poglądów A. Smitha wskazują na zadziwiająco wiele zbieżności ze współczesnymi koncepcjami ekonomii behawioralnej [Smith V.L. 1998; Krueger 2003; Ashraf, Camerer, Loewenstein 2005; Evensky 2005]. D. Ariely [2009a] w swojej bestsellerowej książce wielokrotnie cytuje A. Smitha.

Podstawowym pojęciem ekonomii behawioralnej jest tzw. kognitywne zniekształcenie (*cognitive bias*). W literaturze polskiej alternatywnie wykorzystywane są także pojęcia: naturalne lub poznawcze skłonności, błędy poznawcze, tendencyjne nastawienia, uprzedzenia, złudzenia, emocje itp. Badaniem naturalnych skłonności zajmuje się głównie ekonomia psychologiczna, a także ekonomia eksperymentalna⁵. W ciągu ostatnich 30 lat powstała bardzo bogata literatura na podstawie tysięcy doświadczeń przeprowadzonych z udziałem bardzo różnych grup uczestników, o różnym poziomie wykształcenia i żyjących w różnych kulturach. Opisano zachowania, które można traktować jako odstępstwa od tego, co nazywamy ścisłą racjonalnością. Podczas eksperymentów często dokonuje się elektronicznego skanowania mózgów uczestników za pomocą coraz doskonalszych urządzeń. Dzięki ekonomii behawioralnej ekonomia stała się nauką eksperymentalną na poziomie podstawowych wyborów [Smith V.L. 2000].

III. Egoizm a altruizm

Należy pamiętać, że egoizm, za który A. Smith jest tak często potępiany, to w oryginale *self-love*, czyli w bezpośrednim tłumaczeniu – miłość własna. D. Petsch, tłumacząc *Teorię uczuć moralnych* na język polski, posłużyła się terminem „samolubstwo”.

Wielce wymowny jest fakt, że *Teoria uczuć moralnych* [1989, s. 5] rozpoczyna się od stwierdzenia, że człowiek, pomimo wrodzonego egoizmu potrafi być jednocześnie altruistą: „Jakkolwiek samolubnym miałby być człowiek, są niewątpliwie w jego naturze jakieś pierwiastki, które powodują, iż interesuje się losem innych ludzi, i sprawiają, że ich szczęście jest dla niego nieodzowne, choć jedyna przyjemność, jaką może stąd czerpać, to przyjemność oglądania tego”.

Według A. Smitha [1989, s. 31] miłość własna jest nakazem boskim: „Jak miłować bliźniego jak siebie samego jest wielkim prawem religii chrześcijańskiej, tak samo wielkim wskazaniem natury jest kochać siebie, jak kochamy naszego bliźniego lub, co wychodzi na jedno, jak nasz bliźni może nas kochać”. W systemie filozofii moralnej A. Smitha miłość własna jest częścią boskiego porządku:

⁵ Klasyfikacja różnych nurtów ekonomii behawioralnej została przedstawiona przez J. Polowczyka [2009c].

„Natura zaleciła niewątpliwie każdemu człowiekowi, by przede wszystkim głównie troszczył się o siebie. Skoro zaś jest bardziej zdolny troszczyć się o siebie niż o innych ludzi, jest odpowiednie i słuszne, że powinien to robić. Każdy człowiek jest zatem bardziej zainteresowany sprawami, które go bezpośrednio dotyczą niż sprawami dotyczącymi innego człowieka” [1989, s. 121].

Teoria ekonomii tradycyjnej nie zajmuje się postawami altruistycznymi i ich konsekwencjami. W neoklasycznej teorii użyteczności naturalną postawą jest egoizm, dążenie jednostki do maksymalizacji swojej użyteczności. To nie pozostawia miejsca na altruistyczne postawy dla racjonalnych aktorów. Jedynym rodzajem altruizmu uznawanym w pracach neoklasycznych jest altruizm wzajemny, jako forma dalekowzrocznego egoizmu [Simon 2005, s. 90–91]. Nowa instytucjonalna ekonomia nie odchodzi od neoklasycznej teorii w istotny sposób w swoich założeniach dotyczących motywów menedżerów i pracowników firm [Williamson 1998]. Zakłada, że relacje między uczestnikami i organizacją są sterowane przez kontrakty (wyrażone jawnie lub niejawnie), a kontrakty te są wypełniane w zakresie, który współgra z ich długoterminowym interesem [Simon 2005, s. 91].

Według Simona [2005, s. 97, 102] altruizm w zachowaniu ludzi (poświęcanie się dla innych) jest całkowicie zgodny z założeniami neodarwinizmu i teorii ewolucji opartej na naturalnej selekcji. Altruizm występuje u gatunków, które charakteryzują się ograniczoną racjonalnością i dużymi możliwościami uczenia się społecznych relacji. Altruizm w społeczeństwach powszechnie przybiera formę organizacyjnej identyfikacji i lojalności, która bezpośrednio pomaga grupie w wywieraniu wpływu na otoczenie. Identyfikacja członków ze swoją organizacją przez wspieranie jej celów jest główną podstawą efektywności wielkich organizacji w prowadzeniu działalności ekonomicznej (bez narzucania siłą, nagradzania czy karania). Według D. Ariely’ego [2009a, s. 115], pieniądze to najdroższy sposób motywowania ludzi. Normy społeczne są tańsze i często bardziej skuteczne.

A. Smith [1989, s. 36] wyróżnił dwa rodzaje uczuć. Po pierwsze, „uczucia wspólne człowiekowi i zwierzętom” i „biorące początek w organizmie ludzkim”, takie jak: uczucie głodu i „uczucie, za sprawą którego natura łączy dwie płci”. To ostatnie uznał za „najbardziej gwałtowne ze wszystkich uczuć”.

Drugi rodzaj uczuć „powstaje na skutek szczególnej skłonności czy nawyku wyobraźni” [1989, s. 53]: „wspaniałomyślność, poczucie ludzkości, uprzejmość, współczucie, wzajemna przyjaźń i szacunek, wszystkie uczucia społeczne i uczucia życzliwości. Uczucia te sprawiają przyjemność”. A potem dodaje [1989, s. 57]: „na ogół jesteśmy bardziej skłonni do współodczuwania małych radości, a wielkich smutków. (...) Uczucie zazdrości przeszkadza nam w szczerym współodczuwaniu”. A jeszcze dalej uściśla z właściwym sobie poczuciem humoru: „nasza sympatia wobec głębokiego nieszczęścia jest bardzo silna i bardzo szczerza. (...) Jeżeli jednak twoja klęska nie jest tak straszna, jeśli tylko trochę ucierpiała twoja ambicja, jeśli tylko porzuciła cię kochanka, jeśli tylko siedzisz pod pantoflem żony, twój przypadek rozbawi wszystkich znajomych” [1989, s. 61].

IV. Zaufanie i współpraca

Interakcje rynkowe wymagają minimalnego stopnia współpracy i życzliwości. Jakkolwiek wymiana wzajemna bez nich nie byłaby możliwa. W *Teorii uczuć moralnych* A. Smith podkreśla, że człowiek „może istnieć tylko w społeczności”, a gdy „niezbędna wzajemna pomoc wynika z miłości, wdzięczności, przyjaźni i szacunku, społeczność rozwija się i jest szczęśliwa” [1989, s. 126].

W późniejszym *Bogactwie narodów* wiele pisze na temat podziału pracy, który prowadzi do specjalizacji, wzrostu wydajności, a w konsekwencji do wzrostu dobrobytu: „Podział pracy, z którego tyle płynie korzyści, nie był początkowo dziełem jakiejś mądrości ludzkiej przewidującej i zmierzającej do powszechnego dobrobytu, jaki sprowadza. Jest on koniecznym, aczkolwiek bardzo powolnym i stopniowym następstwem pewnej skłonności ludzkiej natury, (...) mianowicie skłonności do wymiany, handlu i zamiany jednej rzeczy na drugą. (...) Skłonność ta jest wspólna wszystkim ludziom i nie spotykamy jej u żadnego innego gatunku zwierząt” [2007, t. 1, s. 19]. Według Smitha połączenie uczciwości (wymuszanej obawą przed negatywną oceną „bezsronnego obserwatora”, czyli sumienia) i altruizmu odgrywa kluczową rolę w rynkowych interakcjach, pozwalając na zaufanie, powtarzalne transakcje i pojawienie się materialnych korzyści.

G.A. Akerlof i R.J. Shiller [2009] uczynili z zaufania (*confidence, trust*) podstawowy składnik tzw. zwierzęcych instynktów człowieka⁶. Zaufanie implikuje zachowania wykraczające poza racjonalne podejście do podejmowania decyzji i odgrywa główną rolę w makroekonomii. Ludzie są aktywni (inwestują i kupują), kiedy mają zaufanie do przyszłości, a kiedy są nieufni, to wycofują pieniądze i sprzedają akcje. Ludzie, kiedy podejmują ważne decyzje inwestycyjne muszą mieć zaufanie. Teoria standardowej ekonomii sugeruje co innego: opisuje formalny proces dochodzenia do decyzji przez ludzi, którzy rozważają wszystkie dostępne im opcje. Decyzje podejmują na podstawie przewidywanych efektów i prawdopodobieństwa ich wystąpienia. Tymczasem wiele decyzji, nawet tych mających bardzo ważny wpływ na nasze życie, jest podejmowanych, „na wycucie”.

K.J. Arrow [1985, s. 16–20] nazwał zaufanie „ważnym smarem w systemie społecznym”. Jest ono wielce efektywne, ponieważ pozwala zaoszczędzić na kosztach zbierania informacji o partnerach handlowych. Ma rzeczywistą, praktyczną i gospodarczą wartość. Według Arrowa, w „trakcie ewolucji w społeczeństwach powstały ciche umowy” tworzące zasady etyki i moralności, które przyczyniają się do sprawnego funkcjonowania gospodarek. Brak wzajemnego społecznego zaufania powoduje opóźnienia w rozwoju gospodarczym.

⁶ Należy zaznaczyć, że Akerlof i Shiller nie korzystają z dorobku A. Smitha. Wręcz przeciwnie, kilkakrotnie go krytykują za „niewidzialną rękę” i „racjonalny egoizm”. Na ponad dwustu stronach książki, która została uznana na świecie za bestseller, ani słowem nie wspominają, że A. Smith napisał także *Teorię uczuć moralnych* [Polowczyk 2009b].

Koncepcje Arrowa potwierdził i rozbudował, wspierając licznymi przykładami, F. Fukuyama. Według Fukuyamy [1997, s. 21] instytucje demokracji i kapitalizmu mogą działać właściwie tylko wtedy, gdy współlistnieją z określonymi wartościami kulturowymi: „prawo, umowa i gospodarczy racjonalizm są solidną, ale niewystarczającą podbudową stabilności i dostatku społeczeństwa postindustrialnego; należy wzmocnić je powszechną aprobatą obopólności interesów, moralnego obowiązku, służby społeczeństwu oraz zaufania – czyli wartości opartych raczej na zwyczaju niż na chłodnej kalkulacji. Nie są one bynajmniej anachronizmem w nowoczesnym społeczeństwie, a wręcz warunkiem *sine qua non* jego funkcjonowania”.

Czynnik zaufania i jego wpływ na rozwój gospodarczy są przedmiotem wielu różnorodnych badań. Eksperymenty antropologiczne przeprowadzone wśród piętnastu małych społeczności na różnych kontynentach [Henrich i in. 2001; 2004] pokazały, że tam, gdzie ludzie częściej kupują i sprzedają na rynku, są jednocześnie bardziej skłonni do równego dzielenia się z innymi. P.J. Zak i S. Knack [2001] na podstawie danych z *World Values Surveys* dla 41 krajów i wykorzystując empiryczne analizy S. Knacka i P. Keefera [1997], skonstruowali model pokazujący zależności między zaufaniem a stopą inwestowania. Często przytaczane są konkluzje badań L.E. Harrisona i S.P. Huntingtona [2000] pokazujące związki między zaufaniem a wielkością PKB *per capita* w różnych krajach w kontekście dominujących religii.

Rozwój ekosfery zależy od współpracy. Ludzie muszą kooperować, aby produkować, wymieniać produkty czy świadczyć usługi. Jeżeli myślą tylko o swoim krótkookresowym interesie, to raczej nie mają chęci do współpracy, a nawet oszukują. Konflikt między osobistym interesem a kooperacją jest kluczowy i wpisany w logikę procesów społecznych [Beinhocker 2006, s. 223]. Dobrą ilustracją tego konfliktu jest znany z teorii gier tzw. dylemat więźnia [Poundstone 1992]. Jest to przykład gry o sumie niezerowej, czyli takiej, w której kooperacja między dwoma osobami lub grupami ludzi prowadzi do większych wspólnych korzyści niż rywalizacja. Współpraca polegająca na jednoczesnym i naprzemiennym konkutowaniu oraz kooperacji otrzymała miano kooperacji (*co-opetition*) [Brandenburger, Nalebuff 1996; Jankowska 2009; Czakon 2009].

Jeżeli gracze grają tylko raz, to mają skłonność do oszukiwania. Gdy gra jest powtarzana i nikt nie wie, kiedy się zakończy, to zachowania stają się bardziej złożone [Beinhocker 2006, s. 269]. Oszukujący może być karany przez oszukiwanego, nawet, jeżeli ten ostatni ponosi związane z tym koszty. Po okresie rywalizacji, gracze ponownie mogą wrócić do współpracy w nadziei na korzyści i z wiarą, że tym razem partner, po zrozumieniu swoich błędów, będzie grał uczciwie. W przypadku ponownego oszustwa szanse na wybaczenie radykalnie spadną, a rewanż może być jeszcze bardziej srogi [Poundstone 1992].

Ewolucja sprawiła, że jesteśmy naturalnie ukierunkowani na kooperację i uzyskiwanie efektów gry o sumie niezerowej. Jesteśmy także wyposażeni we wrażliwość na oszustwa, oczekiwanie sprawiedliwości i pragnienie ukarania oszustów. Ewolucja zaprogramowała nasz mentalny „*software*” w intuicyjne detektory spr-

wiedliwości, umożliwiające grupom ludzi formułowanie koalicji przeciwko oszustom i nadmiernym indywidualistom (*free riders*).

Wielu autorów (np. Beinhocker [2006, rozdz.10]) traktuje dylemat więźnia jako kluczowy dla zrozumienia procesów kooperacji między uczestnikami ekosfery. Pokazuje przyczyny współpracy między dwoma uczestnikami, a więc w najmniejszej możliwej skali społecznej. Robert Axelrod [1997, s. xi] nazwał dylemat więźnia odpowiednikiem bakterii *E.coli* w naukach społecznych⁷.

Badania nad procesami fizykochemicznymi zachodzącymi w mózgu pokazują, że w organizmie ludzkim za uczucia zaufania odpowiada hormon oksytocyna [Zak i in. 2005]. Oksytocyna jest zaangażowana w tworzenie więzi międzyludzkich. Na podstawie badań eksperymentalnych okazało się, że poziom oksytocyny wzrasta, kiedy człowiek orientuje się, że ktoś obdarza go zaufaniem. Tej ogólnej prawidłowości podlega 98% badanych ludzi. A zatem, to prawdopodobnie oksytocyna stanowi społeczne „spoiwo” i umożliwia tworzenie ekosfery [Fehr i in. 2005].

V. Ambicje i zróżnicowanie statusu ludzi

Według A. Smitha głównym celem, który nam przyświeca w dążeniu do gromadzenia dóbr doczesnych są „uczucia innych ludzi”. I dopowiada pytając: „Jakiż bowiem cel przyświeca całej tej harówce i krzątaniu doczesnej? Jaki jest cel skąpstwa i ambicji, pogoni za bogactwem, władzą i zaborczości? Czy celem tym jest zaspokojenie naturalnych potrzeb?”. Następnie stwierdza, że wszystkie te potrzeby mogą zapewnić zarobki zwykłego robotnika, pozwalające na „opłacenie żywności, odzienia, wygod domowych i udogodnień dla rodziny”. Całą resztę przeznaczają się na „udogodnienia, które można uznać za zbyteczne”, a wręcz na „rzecz próżności i z chęci wyróżnienia się” [Smith 1989, s. 72].

Wszystkie sfery społeczeństwa przenika współzawodnictwo i próżność, powstające z naszego przeświadczenia, że ludzie zamożni są obiektami godnymi podziwu: „Człowiek bogaty chlubi się swoim bogactwem, gdyż uważa, iż naturalnie przyciąga do niego uwagę świata i że ludzie są skłonni do oddźwięku wobec wszelkich przyjemnych uczuć, które jego własna korzystna sytuacja z łatwością w nich wzbudzi” [Smith 1989, s. 73].

A. Smith stwierdza [1989, s. 75], że ludzi zamożnych i znanych otacza szczególna aura zainteresowania i sympatii: „Każda niedola, która na nich spada, każda krzywda, która ich dotyka, wzbudza w sercu obserwatora dziesięć razy więcej współczucia i niechęci niż to, co by odczuwał, gdyby to wydarzyło się innym ludziom”. Dodaje sarkastycznie: „Jedynie nieszczęścia królów dostarczają właściwych tematów do tragedii” i daje przykład: „Cała niewinna krew przelana w wojnach domowych wywołała mniejsze oburzenie niż śmierć Karola I” [1989, s. 76].

⁷ Biolodzy, omawiając systemy przyrodnicze, zaczynają od najprostszych organizmów, takich jak bakterie *E.coli*.

Według Smitha, na „tej skłonności ludzi do dostosowania się do uczuć bogatych i możnych opiera się zróżnicowanie pozycji w społeczeństwie i jego porządek”. Zasady natury wymagają, aby ludzie podporządkowywali się władcom.

Smith zauważa jednak [1989, s. 87–88], że „tendencja do podziwiania, a nawet do uwielbiania bogatych i możnych i do gardzenia, a przynajmniej do lekceważenia ludzi ubogich i niskiej pozycji, choć konieczna zarówno do powstania i podtrzymywania różnic w rangach ludzi i porządku społecznego, jest jednocześnie najbardziej powszechną przyczyną rozkładu uczuć moralnych. Moralisci wszystkich czasów utyskują zawsze, że ludzie darzą bogactwo i wielkość szacunkiem i podziwem należnym jedynie mądrości i cnocie (...). Często obserwujemy, że to najbardziej do bogatych i możnych niż do mądrych i cnotliwych kieruje się wyrazy poważania”. A. Smith uzasadnia tę prawidłowość prawem naturalnym [1989, s. 336]: „Natura mądrze rozstrzygnęła, że bezpieczniej jest, by różnice w hierarchii społecznej, spokój i porządek w społeczeństwie zależały bardziej od oczywistej i wyraźnej różnicy urodzenia i fortuny niż od niewidocznej i często niepewnej różnicy w mądrości i cnocie”⁸.

N. Ashraf, C.F. Camerer i G. Loewenstein [2005] uważają, że sympatia dla bogatych może być pomocna w wyjaśnieniu jednej z zagadek współczesnego kapitalizmu: porażek większości demokratycznych społeczeństw w nałożeniu bardzo wysokich podatków na swoich najbogatszych członków. Perspektywa A. Smitha sugeruje, że przeciętni obywatele nie chcą zmieniać tego, co postrzegają za dopuszczalne.

VI. Dążenie do szczęścia

W ekonomii behawioralnej jedną z kluczowych kwestii jest dążenie człowieka do szczęścia. Według literatury zajmującej się szczęściem (*happiness literature*) wzrost dobrobytu (*affluence*), mierzony realnymi dochodami *per capita*, nie prowadzi w ostatnich dekadach (w krajach rozwiniętych) do wzrostu subiektywnie odczuwanego szczęścia. Pionierem badań tego paradoksu był R.A. Easterlin [1974].

Paradoks Easterlina stał się przedmiotem wielu analiz i opracowań, których autorami byli m.in.: B.S. Frey i A. Stutzer [2002], R. Layard [2005], R.H. Frank [1999], A.E. Clark i in. [2008], B.S. Frey [2008], B.C. Eaton i M. Eswaran [2009]. Dwaj ostatni autorzy poszukują wytłumaczenia tego zjawiska za pomocą terminu „widocznej konsumpcji” (*conspicuous consumption*) używanego przez T. Veblena [2008]. Według Veblena ludzie dążą do uwidocznienia swojego statusu za pomo-

⁸ A. Smith w swoich rozważaniach schodzi też na tematy bardziej prozaiczne [1989, s. 91–92]: „Z naszej skłonności do podziwiania, a w następstwie tego do naśladowania bogatych i możnych, pochodzi ich zdolność ustalania i nadawania kierunku temu, co się nazywa się modą. Ich strój jest strojem modnym; sposób prowadzenia przez nich rozmowy jest modnym stylem; ich postawa i maniery modnym zachowaniem. Nawet ich wady i błędy są modne”.

cą owej „widocznej konsumpcji”. Ten rodzaj konsumpcji wywodzi swoją wartość nie tyle z faktycznej wartości konsumpcji, lecz z faktu, że pozwala ludziom **odróżnić się od innych**. Współczesne dowody na koncepcje Veblena przedstawił P. Luttmier [2005] potwierdzając, że ludzie czują się gorzej szczególnie wtedy, kiedy ich sąsiedzi i znajomi zarabiają więcej.

Ekonomia tradycyjna oparta jest na założeniu, że człowiek kieruje się w życiu egoistyczną zasadą maksymalizacji przyjemności (użyteczności). Jeśli tak, to im ktoś bogatszy, tym bardziej powinien być szczęśliwy. Brak związku między możliwością a poczuciem szczęścia był w istocie jednym z najbardziej zaskakujących odkryć w dziejach ekonomii. Od czasów J. Benthama i narodzin utylitarysty w XIX w., ekonomiści byli przekonani, że wzrost użyteczności wprost przekłada się na wzrost szczęśliwości.

A. Maslow jeden z najwybitniejszych amerykańskich psychologów XX w., przedstawił koncepcję tzw. piramidy potrzeb ludzkich. Według Maslowa potrzeby człowieka tworzą stałą hierarchię, decydującą o kolejności ich zaspokajania: potrzeby zajmujące wyższą pozycję w hierarchii aktywizują się dopiero wtedy, gdy zostają zaspokojone potrzeby podstawowe. „Człowiek jest istotą wymagającą i rzadko, z wyjątkiem krótkich chwil, osiąga stan pełnego zaspokojenia. Jeśli jedno pragnienie zostaje zaspokojone, to na jego miejsce pojawia się inne. Kiedy z kolei to jest zaspokojone, jeszcze inne wysuwa się na pierwszy plan itd.” [Maslow 2006, s. 52]⁹.

Poglądy Maslowa mają wiele wspólnego z koncepcjami J.A. Schumpetera [1960, s. 149], według którego motywem działań przedsiębiorcy jest nie tylko chęć uzyskania dla siebie korzyści materialnych i zaspokojenia swych potrzeb konsumpcyjnych, lecz także zdobycia satysfakcjonującej pozycji społecznej, osiągnięcia poczucia władzy i niezależności oraz „pragnienie zdobywania: chęć do walki, do okazania swojej wyższości nad innymi, do zwyciężania nie dla jego owoców, lecz dla samego zwyciężania. Na koniec, istnieje radość tworzenia, dokonania czegoś lub po prostu ćwiczenia swej energii i pomysłowości”.

Żaden z powyżej wymienionych autorów nie nawiązywał do koncepcji Smitha, którego można uznać za prekursora ekonomii szczęścia dzięki takim oto stwierdzeniom, zadziwiająco zbieżnym z poglądami Veblena: „stale zwracamy większą uwagę na uczucia widza niż na uczucia osoby głównie zainteresowanej i bierzemy bardziej w rachubę, jak jego sytuacja przedstawia się innym ludziom niż jemu samemu. Jeśli jednak zastanowimy się bliżej, dlaczego widz z takim podziwem wyróżnia sytuację ludzi bogatych i możnych, stwierdzimy, że nie dzieje się to z racji większych wygod i przyjemności, z jakich przypuszczalnie korzystają, lecz z niezliczonej ilości wymyślnych wspaniałych urządzeń, które przyczyniają się do tych wygod i przyjemności. Nie myśli nawet, że są oni rzeczywiście szczęśliwsi niż inni ludzie, lecz uważa, że posiadają więcej środków do osiągnięcia szczęścia”

⁹ Badania ankietowe przeprowadzone w Polsce wśród właścicieli firm pokazują, że najczęstszym motywem rozpoczynania własnej działalności biznesowej jest chęć odniesienia sukcesu finansowego, a także uzyskania niezależności i zdobycia prestiżu [Baruk 2007].

[1989, s. 269]. Smith uważał to za „naturalne u człowieka upodobanie do **wyróżniania się**”.

Według A. Smitha [1989, s. 271] gospodarka jest napędzana przez złudne przekonanie, że dobrobyt przynosi szczęście: „przyjemności czerpane z bogactwa i znaczenia uderzają wyobraźnię jako coś znakomitego, pięknego i szlachetnego, zdobycie czego warte jest wszelkiego wysiłku i niepokoju, który jesteśmy gotowi podjąć dla tego celu”. I zaraz dodaje: „dobrze się składa, że natura w ten sposób wmawia nam te cuda o sobie. Właśnie to bałamuctwo porusza i utrzymuje w nieustannych obrotach przedsiębiorczość gatunku ludzkiego. Właśnie to najpierw pchnęło ludzi do uprawiania ziemi, do budowania domów, do zakładania miast i państw oraz do wynalezienia i ulepszenia wszelkich nauk i sztuk, które uszlachetniają i upiększają życie ludzkie, które całkowicie zmieniły powierzchnię ziemi”.

Można uznać, że według A. Smitha dążenie do szczęścia przez realizację kolejnych aspiracji jest podstawową siłą napędową postępu ludzkości. Ponadto uważa on, że utrata szczęścia jest krótkookresowa, albowiem „niczego nie zapomina się tak szybko, jak bólu” [1989, s. 38]. A później dodaje: „Dzięki konstytucji natury ludzkiej, cierpienie nie może (...) trwać wiecznie. Jeżeli człowiek przeżyje paroksyzm bólu, wkrótce, bez żadnego wysiłku powraca do normalnego spokoju” [1989, s. 214], ponieważ „wszyscy ludzie wcześniej czy później dostosowują się do tego, co staje się ich stałą sytuacją” [1989, s. 215].

VII. Uczucie odwzajemniania

Jednym z najważniejszych problemów, którymi zajmuje się ekonomia behawioralna są emocje związane z odwzajemnianiem uczuć i czynów (*reciprocity*). Według Smitha [1989, s. 96] uczuciem, „które najbardziej bezpośrednio i wprost skłania nas do nagrodzenia kogoś, jest wdzięczność”, natomiast uczuciem, „które najbardziej bezpośrednio i wprost skłania nas do ukarania kogoś, jest resentment¹⁰. (...) Nagrodzić, to znaczy oddać, odwdzińczyć się komuś, odpłacić za otrzymane dobro. Ukarać to także oddać, odwdzińczyć się, choć w inny sposób; jest to odpłacenie złem za otrzymane zło”. Jak pisze Smith [1989, s. 102] w ten sposób Natura „wycisnęła w sercach ludzkich mocnymi, trwałymi znakami natychmiastową instynktowną aprobatę nienaruszalnego, nieodwołalnego prawa odwetu”. A zatem uzasadniona zemsta jest częścią prawa boskiego.

Według Smitha [1989, s. 115] resentment „jest nam przyznany przez naturę do obrony i tylko do obrony. Jest to ochrona sprawiedliwości i rękojmnia niewinności”. Naruszenie sprawiedliwości jest krzywdą wyrządzoną konkretnym osobom z motywów, które są naturalnie uznane za naganne. Jak dalej twierdzi Smith

¹⁰ Przez resentment (*resentment*) Smith określa uczucia negatywne: urazę, niezadowolenie, złość czy oburzenie.

[1989, s. 116–117], „czujemy się bardziej zobowiązani do działania odpowiadającego wymogom sprawiedliwości niż zgodnego z przyjaźnią, miłosierdziem i wielkodusznością; (...) jesteśmy związani w szczególny sposób i zobowiązani do przestrzegania sprawiedliwości”.

W dalszej części *Teorii uczuć moralnych* zostały wyjaśnione przyczyny takich zachowań. Otóż „Stwarzając człowieka do życia w społeczeństwie, Natura wyposażała go w naturalne pragnienie sprawiania przyjemności swoim bliźnim i w naturalną niechęć do ich obrażania. Nauczyła go odczuwania przyjemności z przychylnych względów bliźnich i przykrości z nieprzychylnych” [1989, s. 172]. Jeszcze dalej uzupełnia: „Najświatlejszy Stwórca Natury w ten sposób uczy człowieka szanowania uczuć i sądów swoich współbraci, by tylko wtedy cieszyli się, gdy aprobuje jego postępowanie i tylko wtedy w jakiejś mierze cierpieli, gdy je dezaprobuje” [1989, s. 188].

Współczesny przegląd różnych form zachowań polegających na odwzajemnianiu można znaleźć w pracy S.-C. Kolma [2008], nawiązującej w wielu miejscach do koncepcji A. Smitha. Według Kolma [2008, s. 11] odwzajemnianie to traktowanie innych tak, jak nas samych traktują, ponieważ opiera się to na realnych faktach, a nie na podstawie jakichś uzgodnień czy oczekiwań dotyczących obustronnych relacji. Odwzajemnianie jest obecne we wszystkich społecznych interakcjach i relacjach między jednostkami lub grupami. Okazuje się, że większość ludzi czerpie zadowolenie z możliwości odwzajemnienia.

Według noblisty V.L. Smitha [1998] ludzie we wszystkich kulturach angażują się w wymianę życzliwości (w różnej postaci), aby pozyskać względy innych członków społeczności. Skłonność ludzi do odwzajemniania stała się główną przyczyną rozwoju wymiany społecznej i z czasem przerodziła się w wymianę handlową w dzisiejszej postaci.

Odwzajemnianie może przyjmować dwie skrajne formy: wdzięczności i zemsty. E. Fehr i S. Gächter [2000a; 2000b] przeprowadzili wiele interesujących eksperymentów pokazujących, jak czerpiemy satysfakcję z karania osób zachowujących się nieuczciwie oraz jak możliwość karania ogranicza egoistyczne zachowania i powoduje wzrost kooperacji. E. Fehr, U. Fischbacher i M. Kosfeld [2005] przedstawili wyniki badań współczesnej neuroekonomii w odniesieniu do nieegoistycznych zachowań i decyzji o zaufaniu do nieegoistycznych zachowań innych ludzi. Podczas wielu badań procesów podejmowania decyzji, mózgi uczestników eksperymentów były skanowane przez tomograf (PET – *positron emission tomography*)¹¹. Aktywność mózgu była skoncentrowana w *striatum* (ciele prążkowym), części mózgu związanej z doświadczaniem nagradzania. Decyzja o ukaraniu chciwego partnera wiąże się zatem z uczuciem satysfakcji. Co więcej, ci, których mózgi wykazywały większą aktywność *striatum*, karali swoich partnerów w większym stopniu. To sugeruje, że pragnienie rewanżu, nawet jeżeli wiąże się z poniesieniem kosztów i wydaje się być całkowicie irracjonalne, ma biologiczne

¹¹ PET jest jedną z metod pomiaru aktywności różnych obszarów mózgu. Nowszą technologią badawczą jest fMRI (*functional Magnetic Resonance Imaging*).

uzasadnienie. *Homo oeconomicus* z tradycyjnej ekonomii nie powinien tak postępować. Jeżeli byłoby sami egoistyczni osobnicy, to postępowanie z możliwością karania powinno generować takie samo zachowanie, jak bez karania, ponieważ karanie, z powodów dodatkowych kosztów, byłoby nieracjonalne.

H. Gintis ze swoimi współpracownikami zaobserwował, że ludzie są „warunkowymi kooperatorami”: są szlachetni, dopóki inni są tacy sami. Są też „altruistycznymi karzącymi” w stosunku do swoich wrogów, nawet jeżeli na tym coś tracą [Gintis i in. 2005, s. 3–39]. Nasze zachowanie wynika z doświadczeń odległych przodków, którzy żyli w grupach myśliwsko-zbieraczych, a ich przetrwanie zależało od współpracy. Pewna indywidualizacja postaw jest dopuszczalna, ale nasze zachowanie jest mocno zakorzenione w świadomości o nagradzaniu kooperacji i karaniu nieuczciwości. Takie zachowania stanowią kamień węgielny dla społecznej kooperacji, tak niezbędnej dla kreowania bogactwa¹².

VIII. Poczucie sprawiedliwości

Według A. Smitha [1989, s. 127] choć „Natura nawołuje ludzkość do aktów dobroczynnych”, to jednak dla „istnienia społeczności jest (...) mniej istotne czynienie dobra niż sprawiedliwość.” Sprawiedliwość jest „główną kolumną, która podtrzymuje cały gmach. Jeśli się ją usunie, wielka, potężna struktura społeczności ludzkiej (...) musi wkrótce rozsypać się na małe cząsteczki. (...) Aby więc narzucić przestrzeganie sprawiedliwości Natura zaszczerpiła w sercach ludzkich świadomość złego postępkę, wszystkie obawy zasłużonej kary, oczekującej tych, którzy sprzeniewierzą się sprawiedliwości, jako gwarancję utrzymania związku ludzi, by ochraniać słabych, powściągnąć stosujących przemoc i ukarać winnych”.

Ponadto według Smitha [1989, s. 123–124): „Najbardziej nienaruszalne prawa sprawiedliwości więc, te prawa, których naruszenie zdaje się najgłośniej wołać o pomstę i karę, są prawami, które chronią życie i osobę naszego bliźniego; następnie idą prawa, które strzegą jego własności i majątku; na ostatnim miejscu znajdują się prawa, które strzegą praw osobistych”.

A. Akerlof i R.J. Shiller [2009, rozdz. 2] drugim najważniejszym „zwierzęcym instynktem” po zaufaniu, uczynili sprawiedliwość i uczciwość (*fairness*). Jak piszą, sprawiedliwość wprowadza do ekonomii koncepcję tego, jak ludzie myślą, że oni i inni ludzie powinni lub nie powinni się zachowywać. Postrzeganie sprawiedliwości jest ważnym motywem w wielu decyzjach ekonomicznych i naszej zdolności do efektywnej pracy. Tymczasem, uczciwość nie jest szczególnym tematem zaintere-

¹² Zasady odwzajemniania znajdujemy w najstarszych kodeksach moralnych cywilizacji, takich jak kodeks Hammurabiego czy nakazy religijne (nie czyn bliźniemu, co tobie nie miłe). R. Kapuściński, powołując się na dzieło Herodota, pisze o odwiecznym prawie zemsty: „Zbrodnia i kara, krzywda i zemsta, wcześniej czy później, ale zawsze idą w parze. Tak w stosunkach między jednostkami, jak i między narodami. (...) Ta relacja, to sprzężenie zwrotne są najgłębszą istotą losu, sensem nieodwracalnego przeznaczenia” [Kapuściński 2004, s. 200].

sowań ekonomistów, chociaż rozważania o tym, co jest sprawiedliwe, a co nie, poprzedzają wiele ekonomicznych decyzji. Standardowym działaniem przedsiębiorstw dążących do maksymalizacji zysków w krótkim okresie jest redukcja płac (i/lub zatrudnienia), a także podwyższanie cen produktów. Kahneman, Knetsch i Thaler [1986], na podstawie przeprowadzonych eksperymentów, przedstawili argumenty za ograniczaniem takich działań w stosunku do pracowników oraz klientów, w celu utrzymania dobrej reputacji i możliwości maksymalizacji zysków w długim okresie. Przykłady wspierające powyższe wywody przedstawił także F. Fukuyama [1997, s. 17–18].

IX. Awersja do straty i cierpienia

Jednym z kluczowych pojęć ekonomii behawioralnej, związanych z naturalnymi zachowaniami ludzi jest awersja do straty (*loss aversion*). Na 220 lat zanim Kahneman i Tversky [1979] opisali ten rodzaj regularności w wyborach decyzyjnych, A. Smith przedstawił awersję do straty jako zjawisko eksperymentalne. Stwierdził, że ból jest doznaniem znacznie bardziej odczuwalnym niż uczucie przyjemności: „Cierpienie (...) jest bardziej przejmującym doznaniem niż przeciwna mu odpowiednia przyjemność. Pierwsze, prawie zawsze, strąca nas znacznie poniżej zwykłego, czyli jak to można nazwać, naturalnego stanu naszego szczęścia, niż drugie wznosi nas powyżej tego stanu. Człowiek wrażliwy jest skłonny czuć się bardziej upokorzony słuszną krytyką niż podniesiony słuszną pochwałą” [Smith 1989, s. 179].

Awersja do strat wpływa m.in. na decyzje mające konsekwencje finansowe. Ekonomisci behawioralni opisują je jako „niedoceniające kosztów okazji utraczonych” (*opportunity costs*) w stosunku do kosztów ponoszonych (*out-of-pocket costs*). Jak pisze Thaler [1980], te pierwsze traktowane są jako nieuzyskane zyski, a nie jako straty. Według Smitha [1989, s. 123]: „Być pozbawionym tego, co się posiada, jest większym złem niż zawieść się w nadziejach na uzyskanie czegoś. Naruszenie czyjejś własności więc, złodziejstwo i rabunek, które pozbawiają nas tego, co posiadamy, są większymi przewinieniami niż niedotrzymanie umowy, co tylko zawodzi nas w naszych oczekiwaniach”.

W innym miejscu zaś stwierdza [1989, s. 314–315]: „(...) znacznie bardziej cierpimy, gdy nasza sytuacja się pogorszy, niż kiedykolwiek cieszy nas, gdy awansujemy z gorszej pozycji na lepszą. (...) Bezpieczeństwo sugeruje raczej rozważę niż przedsiębiorczość i bardziej gorliwość, by zachować korzyści, które już posiadamy, niż chęć do skłonienia nas, by zdobyć jeszcze większe”.

Współczesne badania przynoszą liczne dowody potwierdzające oba efekty [Fellner, Sutter 2009]. Badania mózgu pokazują, że stratami i zyskami zajmują się różne części mózgu, co sugeruje, że zyski i straty mogą być przetwarzane na jakościowo różne sposoby [O’Doherty i in. 2001]. Dowody na to, że agenci traktują różnie straty i porównywalne zyski znaleziono w zachowaniach indywidual-

nych inwestorów. Na przykładzie 10 tys. rachunków wykazano niechęć do realizacji strat, tendencję do zbyt długiego trzymywania w portfelu inwestycji przynoszących straty i zbyt szybkiego sprzedawania inwestycji zyskowych [Odean 1998]. Stwierdzono niechęć sprzedawców domów do sprzedaży po cenach niższych od cen zakupu [Genesove, Mayer 2001]. Wykazano także, że konsumenci są asymetrycznie bardziej wrażliwi m.in. na wzrost cen niż ich obniżkę [Hardie, Johnson, Fader 1993].

Wyniki badań wskazują, że awersja do strat nie ogranicza się do ludzi, ale jest obecna u naszych najbliższych ewolucyjnie sąsiadów i najprawdopodobniej jest wynikiem pierwotnego i wspólnego mechanizmu zachowań. Stwierdzono, że małpy kapucynki wykazują awersję do strat [Chen, Lakshminarayanan, Santos 2005]. Podobne zachowania stwierdzono m.in. także u szczurów i gołębi [Battalio i in. 1985; Kagel, Battalio, Green 1995].

X. Przekonanie własnych możliwości a wiara w siebie

Według A. Smitha większość ludzi przecenia swoje możliwości. Uważał, że szansa na zysk jest częściej przeceniana niż jest niedoceniana możliwość straty: „przesadne mniemanie, jakie żywi większość ludzi o swych zdolnościach, jest odwiecznym złem, które zauważyli filozofowie i moralisci wszystkich czasów. (...) Wszyscy ludzie przeceniają mniej lub więcej widoki na powodzenie, podczas gdy nie doceniają szans niepowodzenia, a żaden prawie człowiek o dostatecznym zdrowiu fizycznym i duchowym nie ocenia ich zbyt wysoko” [2007, t. 1, s. 125–126].

We współczesnej ekonomii behawioralnej problem ten pojawia się w różnych kontekstach i najczęściej dotyczy nadmiernej pewności siebie (*overconfidence bias*) zarządzających [Busenitz, Barney 1997; Camerer, Lovallo 1999; Lovallo, Kahneman 2003; Roxburgh 2003]. Niektórzy autorzy poszukują jego przyczyn w uwarunkowaniach ewolucyjnych [Waldman 1994; Compte, Postlewaite 2004]. Jednak z drugiej strony podkreśla się też pozytywny wpływ wiary w siebie (*self-confidence*) na osobistą motywację do osiągania sukcesów w warunkach ryzyka [Benabou, Tirole 2002; Clark, Friesen 2009]. Utrzymanie i wzmocnienie szacunku do siebie było i jest traktowane w systemach wychowawczych wielu kultur jako podstawa osiągania sukcesów indywidualnych i zbiorowych.

Uwagi A. Smitha, dotyczące powiązania między dobrym stanem zdrowia a optymizmem, również znalazły swoje odzwierciedlenie we współczesnych badaniach prowadzonych przez psychologów. S.E. Taylor i J.D. Brown [1994] argumentują na podstawie doświadczeń laboratoryjnych, że pozytywne iluzje i optymizm wspierają to, co w psychologii określa się dobrym samopoczuciem (*well-being*). Są to prawidłowości właściwe ludziom wolnym od depresji. Co więcej, sprzyjają normalnemu rozwojowi osobowości.

XI. Przywiązanie do posiadanych rzeczy

Ważnym skrzywieniem kognitywnym jest tzw. pułapka zaangażowania, czyli efekt przywiązania do posiadanych rzeczy (*endowment effect*). I w tym przypadku współcześni behawioryści nie są oryginalni. Jak pisze Smith [1989, s. 139], wobec przedmiotów nieożywionych odczuwamy rodzaj wdzięczności, jeżeli „stały się przyczyną wielkiej czy często powtarzającej się przyjemności”. A dalej podaje następujący przykład: „Człowiek przywiązuje się z czasem do tabakierki, scyzoryka, rzeczy, których używał dawno temu, i w jego sercu rodzi się coś w rodzaju prawdziwej do nich miłości i przywiązania. Gdy je zepsuje albo straci, jest poirytowany nieproporcjonalnie do wartości straty. Na dom, w którym mieszkamy od dawna, na drzewo, którego zieloność i cień długo sprawiał nam radość, patrzymy z pewnego rodzaju uznaniem winnym dobroczyńcy”.

Ludzie przywiązują większą wartość do rzeczy, które posiadają niż do identycznych przedmiotów, których akurat nie mają [Thaler 1980]. Efektem tego jest skłonność do sprzedaży posiadanych rzeczy po cenie wyższej od ceny zakupu tych samych rzeczy. Efekt przywiązania wynika z dyskomfortu rozstania się z posiadanym przedmiotem.

Pułapka przywiązania ma ściśle związki z tzw. efektem *status quo* (*status quo bias*), czyli niechęcią do zmian [Kahneman, Knetsch, Thaler 1990, 1991]. Może być też wytłumaczona na gruncie teorii perspektywy, ponieważ mamy do czynienia z odmianą awersji do straty. Niezadowolenie w związku z koniecznością rozstania z przedmiotem (strata) jest większe niż ewentualne pozytywne doznania podczas nabywania tejże rzeczy (zysk). Stąd często występuje rozbieżność między ceną zakupu a ceną sprzedaży.

XII. Postrzeganie rzeczywistości: efekt ramy

Według A. Smitha [1989, s. 195], człowiek powinien poznać „filozofię widzenia” (*philosophy of vision*): „Jak w oczach człowieka przedmioty wydają się większe lub mniejsze nie w zależności od ich prawdziwych wymiarów, lecz w zależności od tego, jak dalece są położone, tak podobnie wydają się w tym, co można nazwać naturalnymi oczyma duszy. (...) W ten sam sposób dla samolubnych, wrodzonych namiętności natury ludzkiej pewna strata lub zysk w naszym własnym małym interesie zdają się znacznie bardziej ważne, rozniecają znacznie bardziej żarliwą radość lub smutek, znacznie bardziej płomienne pragnienie albo odrzę niż największa troska o innego człowieka, z którym nie mamy szczególnego związku”.

Owa filozofia widzenia (postrzeganie rzeczywistości) jest dziś jednym z kluczowych pojęć ekonomii behawioralnej i nosi w języku angielskim nazwę *framing*,

co można przetłumaczyć jak „efekt ramy”¹³. Termin „rama” (*frame*) w psychologii dotyczy znaczenia kontekstu, w którym podejmowane są decyzje.

W ekonomii tradycyjnej racjonalna teoria wyboru opiera się na zasadzie niezmienności opisu rzeczywistości. Tymczasem ten sam problem może być ujęty w różny sposób, co z kolei zmienia preferencje podejmującego decyzje. Racjonalne zasady są istotne w sensie normatywnym, ale w sensie deskryptywnym są złe. Nie ma teorii wyboru, która byłaby dobra w sensie normatywnym i deskryptywnym [Tversky, Kahneman 1986].

D. Kahneman i A. Tversky [1979] wykazali, że „efekt ramy” istotnie wpływa na wybory, których dokonujemy, co podważa klasyczne aksjomaty racjonalnych wyborów. To doprowadziło do rozwoju teorii perspektywy jako alternatywy dla teorii racjonalnego wyboru w warunkach ryzyka. Kahneman i Tversky pokazali, przeprowadzając liczne eksperymenty, jak zmieniają się preferencje, kiedy ten sam problem jest przedstawiony w różny sposób (m.in. Kahneman i Tversky [1984], Kahneman [2002]).

XIII. Preferencje w czasie i problem samokontroli

Według A. Smitha [1989, s. 281]: „przyjemność, którą mamy doświadczyć za dziesięć lat, interesuje nas (...) niewiele w porównaniu z tą, której możemy doznać dzisiaj; uczucie, którą pierwsza pobudza, jest oczywiście niewielkie w porównaniu z gwałtowną namiętnością, którą jest zdolna wywołać druga, tak, że pierwsza nigdy nie może zrównoważyć drugiej, jeśli nie jest wzmocniona poczuciem słuszności naszego postępowania”.

Tradycyjna analiza ekonomiczna wyborów w czasie opiera się na modelu dyskontowej użyteczności (*discounted utility model*) P. Samuelsona [1937]. Zgodnie z jego teorią podejmujący decyzję odracza w czasie konsumpcję, jeżeli poziom użyteczności przyszłej konsumpcji będzie znacząco wyższy od użyteczności bieżącej konsumpcji. Różnica między poziomem bieżącej i przyszłej konsumpcji jest określona za pomocą stałej stopy dyskontowej.

W ostatnich trzydziestu latach pojawiły się liczne opracowania dotyczące psychologii podejmowania decyzji, które przedstawiają rozmaite przypadki zmienności stopy dyskontowej. Po pierwsze, im bardziej porównywalne warianty są oddalone od siebie w czasie, tym stopa dyskontowa wymagana przez podejmującego decyzję jest mniejsza. Zjawisko to nazywane jest dyskontowaniem hiperbolicznym [Laibson 1997; Angeletos i in. 2001]. Po drugie, podejmujący decyzję stosuje różne stopy dyskontowe przy wyborach różniących się tylko wartością nominalną kolejnych wariantów. Decydenci dyskontują małe wartości według

¹³ W polskiej literaturze przedmiotu używa się także terminu „efekt wąskich ram” [Szyszka 2007].

znacznie wyższych stóp dyskontowych niż duże wartości – w tym samym okresie. Po trzecie, różne stopy dyskontowe stosuje się wobec zysków i strat [Loewenstein, Prelec 1992]. Zyski są dyskontowane dużo bardziej niż straty. Decydenci wymagają wyższej premii za odroczenie zysków, niż są skłonni sami zapłacić za odłożenie terminu wystąpienia straty [Szyszka 2007].

Ponadto R.H. Thaler i E.J. Johnson [1990] wskazali na niestałość preferencji decydenta (nastawienia do ryzyka) w zależności od jego wcześniejszych doświadczeń. Wcześniejsza wygrana obniża stopień awersji do ryzyka i sprawia, że decydenci są bardziej skłonni podjąć kolejną grę. I na odwrót, przegrana powoduje większą ostrożność. Teoria perspektywy ma charakter statyczny i dotyczy wyboru decydenta w stosunku do pojedynczej gry. Natomiast sugestie Thalera i Johnsona [1990] mają charakter dynamiczny i opisują zmiany w nastawieniu do ryzyka przy kolejnych wyborach, dokonywanych podczas kolejnych gier.

Zagadnienie zmienności preferencji w czasie jest obecnie nazywane wyborem okresowym (*intertemporal choice*) i jest dyskutowane łącznie z problemem samokontroli (*self-control*). Dokładnie tak samo uczynił A. Smith [1989, s. 276–281] pisząc, że do najbardziej użytecznych dla nas samych cech należą te, „dzięki którym jesteśmy w stanie rozpoznać odległe następstwa naszych czynów i przewidzieć korzyści albo szkody, jakie prawdopodobnie z nich nastąpią; po drugie, panowanie nad sobą, dzięki któremu możliwe jest powstrzymać się od aktualnej przyjemności i uniknąć większej przykrości w dalszej przyszłości. Połączenie tych dwóch cech tworzy cnotę roztropności, najbardziej użyteczną dla jednostki ze wszystkich cnot”.

Ważnym pojęciem wprowadzonym przez A. Smitha w *Teorii uczuć moralnych* jest „bezsronny obserwator” (*impartial spectator*), który odgrywa rolę sumienia¹⁴. Wybór okresowy ściśle wiąże się z dualizmem poglądów Smitha, który uznawał, że instynkty kierujące postępowaniem ludzi są krótkowzroczne, a bezsronny obserwator jest dalekowzroczny. Konflikt między instynktami i bezsronnym obserwatorem pojawia się w ekonomii behawioralnej w formie konfliktu między „człowiekiem czynu” (*doer*) i „planistą” (*planner*) [Thaler, Shefrin 1981; Benabou, Pycia 2002].

Jak pisze A. Smith [1989, s. 280], „obserwator nie odczuwa zmagania naszych obecnych pragnień. Dla niego przyjemność, którą przeżyjemy za tydzień czy za rok jest tak samo pociągająca jak ta, którą mamy doświadczyć zaraz. Jeśli więc ze względu na chwilę obecną poświęcimy przyszłość, nasze postępowanie wyda mu się w najwyższym stopniu absurdalne i lekkomyślne”. Polega to na powstrzymaniu się „od obecnej przyjemności, aby dostąpić większej przyjemności później”. Ci, którzy posiadają taką umiejętność cieszą się szacunkiem innych, ponieważ „ludzie obdarzają niezmienną wytrwałość w praktykowaniu oszczędności, pracowitości, pilności (...) Zdecydowana stanowczość osoby tak postępującej w celu zyskania wspaniałej, choć odległej w czasie korzyści, nie tylko wyrzekającej się obecnie wszelkich przyjemności, ale znoszącej ciężki wysiłek, zarówno fizyczny jak duchowy, z konieczności zyskuje naszą aprobatę”.

¹⁴ Złożoność koncepcji „bezsronnego obserwatora” wyjaśnia D. Petsch we „Słowie wstępnym” do polskiego wydania *Teorii uczuć moralnych* [1989, s. XVIII].

Elektroniczne skanowanie mózgu w trakcie podejmowania decyzji potwierdza obserwacje A. Smitha. Potencjalne przyjemności, których możemy doświadczyć w krótkim czasie, inaczej pobudzają pracę mózgu niż te, których możemy doznać w czasie odległym [McClure i in. 2004].

XIV. Zwyczaje i kreowanie nawyków

Część piąta *Teorii uczuć moralnych* jest poświęcona wpływowi zwyczaju i mody na postępowanie ludzi. A. Smith zauważa [1989, s. 286], że „jeśli widzi się dwa przedmioty często występujące razem, wyobraźnia bez wysiłku przyzwyczaja się do łączenia jednego z drugim”. Przywiązujemy się do tego tak bardzo, że po jakimś czasie „rozdzielenie ich uważamy za niewłaściwe”, nawet, jeżeli owo połączenie nie jest uzasadnione czy piękne. „Gdy połączenie jest niewłaściwe, zwyczaj albo pomniejsza nasze poczucie niewłaściwości, albo je całkowicie niweczy. (...) Modne meble czy ubranie, które wydają się absurdalne ludziom, dla których są nowością, nic nie przeszkadzają osobom do nich przyzwyczajonym”. A potem dodaje: „moda w strojach i meblach zmienia się nieustannie, (...) styl, który dziś wydaje się śmieszny, wzbudził podziw przed pięcioma laty”. Co więcej: „wymyślny płaszcz za rok jest już do niczego”!

Według A. Smitha [1989, s. 287–293] podstawą wszystkich tych sądów dotyczących mody jest „nawyk i przesąd”. Moda jest szczególnym rodzajem zwyczaju: „nie to, co każdy nosi, jest modne, ale to, co noszą ludzie z wyższych sfer czy ludzie o wysokiej reputacji”. Podobnie jest ze wzorcami piękna, gdyż „piękno każdego stworzenia polega na kształcie i kolorze, które występują najpospoliciej w tym gatunku, do którego należy. Tak więc w postaci człowieka, piękno w każdej części sprowadza się do pewnego przeciętnego kształtu”.

Warunkiem podstawowym uznania dla piękna jest jego zgodność z tym, do czego jesteśmy przyzwyczajeni. A. Smith [1989, s. 293–295] przytacza zwyczaje i różne ideały piękna w różnych kulturach, np. małe stopy u kobiet w Chinach, grube wargi i spłaszczony nos na wybrzeżu Gwinei. Ironizuje w sobie właściwym stylu [1989, s. 295] pisząc: „nie ma zapewne takiego kształtu fizycznego, nawet najbardziej absurdalnego i fantastycznego, do którego nie przekonalibyśmy się za sprawą zwyczaju, czy też którego za sprawą mody nie uznalibyśmy za przyjemny”.

Do podobnych konkluzji, wspartych obserwacjami rzeczywistych przypadków, a także po przeprowadzeniu odpowiednich eksperymentów, doszedł D. Ariely [2009a, rozdz.1 i 2]. Przyzwyczajenia i modę (w szerokim znaczeniu) wyjaśnia za pomocą efektu zakotwiczenia (*anchoring bias*) oraz odruchu stadnego (*herding instinct*) [Roxburgh 2003]. Efekt zakotwiczenia poglądów wsparty obroną *status quo* może być pomocny w objaśnianiu trudności przeprowadzania reform i trwałości poglądów [Polowczyk 2009b].

Na kształtowanie zwyczajów ma wpływ środowisko, w którym się wychowujemy. A. Smith zdawał sobie sprawę z wpływu kultury i poziomu dobrobytu na

obyczaje panujące w różnych krajach: „różne warunki w różnych epokach i krajach tak samo mogą wyrobić różne przymioty charakteru u ogółu mieszkańców. (...) Ten stopień grzeczności, który u nas byłby wysoko ceniony, być może w Rosji byłby uważany za zniewieściałe pochlebstwo, na dworze francuskim zaś za szorstkość i grubiaństwo. Ten stopień uporządkowania wydatków i umiarkowania, który u polskiego szlachcica uchodziłby za nadmierne skąpstwo, uważany byłby za ekstrawagancję u obywatela Amsterdamu” [1989, s. 302].

Co ciekawe, wątek polsko-holenderski pojawia się raz jeszcze, kilka stron dalej: „Wiejska gościnność będąca w modzie wśród Polaków godzi trochę, być może w oszczędność i porządek; oszczędność zaś, tak ceniona w Holandii, godzi w szczodrość i poczucie koleżeństwa” [1989, s. 310]. Po upływie 250 lat od napisania tych słów zadziwiają one aktualnością. Należy zaznaczyć, że Smith pisząc *Teorię uczuć moralnych* nie znał jeszcze z autopsji Europy kontynentalnej¹⁵. Opierał się zatem na obiegowych stereotypach.

XV. Cechy wrodzone i cechy nabyte

Według A. Smitha [2007, t.1, s. 21–22] różnice między ludźmi pochodzą „nie tyle z natury, ile z nawyków, obyczajów i wychowania”. Uzasadnia to następująco: „Odmienność przyrodzonych uzdolnień u różnych ludzi jest w rzeczywistości dużo mniejsza, niż nam się wydaje; a ta różnorodność uzdolnień, które, jak się zadaje, wyróżniają ludzi różnych zawodów, gdy dojdą do dojrzałości, jest w wielu wypadkach nie tyle przyczyną, ile raczej skutkiem podziału pracy. Różnica między najbardziej niepodobnymi ludźmi, na przykład między filozofem¹⁶ a zwykłym tragarzem, zdaje się pochodzić nie tyle z natury, ile z nawyków, obyczajów i wychowania”.

Postęp nauki związany z odkryciem genów i odczytaniem kodu DNA znacznie wpłynął na poglądy dotyczące dziedziczenia. Popularne stało się badanie par bliźniaczych. N. Nicolaou z zespołem [2008] opisuje badania przeprowadzone na 1727 parach bliźniaczych w Wielkiej Brytanii. Z badań tych wynika, że czynnik genetyczny wpływa na prawdopodobieństwo stania się przedsiębiorcą poprzez pewien szczególny mechanizm nazwany „poszukiwaniem wrażeń” (*sensation seeking*). Zwiększa on prawdopodobieństwo tego, że ludzie angażują się w różnorodne inicjatywy, które pociągają ponoszenie ryzyka, a w tym m.in. stają się przedsiębiorcami. J.H. Dyer, H.B. Gregersen i C.M. Christensen [2009] stwierdzili po analizie wyników badań bliźniaków rozdzielonych po urodzeniu, że nasza zdolność do kreatywnego myślenia w jednej trzeciej jest uwarunkowana genetycznie.

¹⁵ W późniejszych latach, podczas prawie dwuletniej podróży, poznał Francję i Szwajcarię.

¹⁶ Mianem filozofa A. Smith określał ludzi zajmujących się działalnością naukową.

Badania postępują dalej w kierunku poszukiwania genów odpowiedzialnych za dziedziczenie skłonności do szukania wrażeń. Wyniki badań pokazują, że może to być gen DRD4, powodujący produkowanie enzymu wpływającego na prawdopodobieństwo stania się poszukiwaczem wrażeń [Nicolaou 2008]. Badacze dochodzą w ten sposób do poziomu reakcji fizykochemicznych, które dokonują się poza naszą świadomością.

XVI. Ekonosfera jako system ewolucyjny

Kolejne prace ukazujące się w ostatnich trzech dekadach XX w., m.in. J. Hollanda [1975] i S. Kauffmana [2000] przyczyniły się do powstania ogólnej teorii systemów ewolucyjnych. Podstawą ogólnej teorii ewolucji jest formuła Darwina: różnicowanie – selekcja – rozpowszechnianie. Ten sam proces, który kieruje wzrostem złożoności biosfery, kieruje wzrostem złożoności każdego innego systemu ewolucyjnego, w tym ekonosfery. Przywykliśmy do myślenia o ewolucji w kontekście biologicznym. Tymczasem współczesna teoria ewolucji traktuje ją jako coś znacznie bardziej ogólnego: jako algorytm.

Systemy ewolucyjne należą do złożonych systemów adaptacyjnych (*complex adaptive systems*). W takich systemach interakcje zachodzące na poziomie mikro prowadzą do ujawniania się pewnych prawidłowości na poziomie makro. W systemie ewolucyjnym nie ma pojedynczego zwycięzcy, nie ma optymalizacji, nie ma także najlepszej strategii. Zwycięzcami są wszyscy ci, którym udaje się przetrwać. Tak jest zarówno w przyrodzie, jak i w ekonosferze. Zdarza się, że ktoś w danym momencie wygrywa, bo jego strategia jest najlepsza i pozwala na dominację. Jednak prędzej czy później pojawia się innowacyjny konkurent i staje się nowym liderem.

A. Smith nie znał współczesnego pojęcia ewolucji. Opierając się na osiemnastowiecznej wiedzy, pisał [1989, s. 353]: „Zarządzanie wielkim organizmem wszechświata, troska o powszechne szczęście wszystkich racjonalnych i rozumnych istot jest (...) sprawą Boga, a nie człowieka. Człowiekowi powierzono znacznie skromniejszy dział, lecz dział odpowiedniejszy do ułomnych jego możliwości i ograniczonych władz pojmowania; troska o własne szczęście, o szczęście jego rodziny, jego kraju”.

W późniejszym *Bogactwie narodów* [2007, t. 2, s. 40] rozwija tę myśl w następujący sposób: „Jest rzeczą oczywistą, że każdy człowiek może w konkretnej sytuacji znacznie lepiej ocenić, w jakiej gałęzi gospodarki krajowej może umieścić swoje kapitały i w jakiej gałęzi produkt osiągnie największą wartość, niżby to mógł zań zrobić mąż stanu lub prawodawca. Mąż stanu, który spróbowałby udzielać prywatnym osobom wskazówek, w jaki sposób powinny używać swych kapitałów, nie tylko obciążylby się całkowicie niepotrzebnym kłopotem, ale również uzurpowałby sobie władzę, której nie można by bezpiecznie powierzać nie tylko pojedynczej osobie, ale nawet jakiejś radzie czy jakiemuś senatowi;

władza ta byłaby szczególnie niebezpieczna w ręku człowieka, który byłby na tyle szalony i zarozumiały, że uważałby siebie za zdolnego do jej wykonywania”.

Ta szczególnie prorocza wizja znajduje odzwierciedlenie we współczesnej teorii systemów ewolucyjnych. Według D. Dennetta [1995, s. 28–34, 48–60] ewolucja jest algorytmem ogólnego celu i bez lidera. Kreuje „projekty” (*designs*) w procesie prób i błędów. Według Dennetta ewolucja jest algorytmem badawczym „znajdowania igieł dobrego zamiaru w stogach siana możliwości”.

Uwagi końcowe

Rozwój nauki, jak każdego innego obszaru ludzkiej działalności, odbywa się przez ewolucyjną ciągłość. F.A.von Hayek [2006, s. 15], sformułował uwagę o konieczności ciągłego „unowocześniania” teorii ekonomicznych tak, aby były one zgodne z postępowaniem wiedzy i wyzwaniem otaczającego świata: „Jeśli stare prawdy mają zachować się w umysłach ludzi, muszą stale na nowo być stawiane w języku i pojęciach kolejnych pokoleń. (...) Jest to nieuchronne, ponieważ (...) artykulacja (...) musi być dostosowana do nastojów czasu, zakładać wiele z tego, co akceptują wszyscy ludzie danej doby, przedstawiać ogólne zasady w kategoriach problemów, które ich interesują”.

Ekonomia staje się nauką eksperymentalną. Znaczenia nabiera neuroekonomia łącząca ekonomię z psychologią i neurologią [Camerer, Loewenstein, Prelec 2005]. Dzięki elektronicznemu skanowaniu mózgu możemy dowiedzieć się, jak działa ów „biologiczny komputer”, który zdecydował o dominacji gatunku *homo sapiens* na Ziemi. Stopniowo będziemy coraz lepiej rozumieć procesy chemiczno-fizyczne zachodzące w mózgu oraz ich wpływ na podejmowanie decyzji. Tym samym, lepiej będziemy rozumieć ewolucję ekonosfery, czyli skumulowanego bogactwa będącego efektem działań kolejnych pokoleń miliardów ludzi i ich pogoni za szczęściem – owym smithowskim „bałamuctwem”, napędzającym przedsiębiorczość. W dalszej przyszłości może się zrealizować idea konsyliencji (jedności) nauk wokół nauk przyrodniczych, o której pisał O.E. Wilson [2002].

Jeżeli przyjmiemy, że przedmiotem nauk ekonomicznych jest badanie zachowań gospodarczych człowieka, to *Teorię uczuć moralnych* Adama Smitha, obok *Bogactwa narodów*, należy uznać za dzieło fundamentalne, które, jak dotąd, nie ma sobie równych. W związku z przywróceniem psychologii i socjologii do głównego nurtu współczesnego dyskursu nauk ekonomicznych, należy oczekiwać pojawienia się „unowocześnionej” wersji dzieł Adama Smitha.

Tekst wpłynął 10 marca 2010 r.

Bibliografia

- Akerlof G.A., Shiller R.J., *Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy, and Why It Matters for Global Capitalism*, Princeton University Press, Princeton and Oxford 2009.
- Angeletos G.-M. i in., *The Hyperbolic Consumption Model: Calibration, Simulation, and Empirical Evaluation*, „Journal of Economic Perspectives” 2001, t. 15, nr 3.
- Ariely D., *Potęga irracjonalności. Ukryte siły, które wpływają na nasze decyzje*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2009a.
- Ariely D., *The End of Rational Economics*, „Harvard Business Review” 2009b, July-August.
- Arrow K.J., *Granice organizacji*, PWN, Warszawa 1985.
- Ashraf N., Camerer C.F., Loewenstein G., *Adam Smith, Behavioral Economist*, „Journal of Economic Perspectives” 2005, t. 19, nr 3.
- Axelrod R., *The Complexity of Cooperation*, Princeton University Press, Princeton, 1997.
- Backhouse R.E., Medema S.G., *On the Definition of Economics*, „Journal of Economic Perspectives” 2009, t. 23, nr 1.
- Baruk A.I., *Profil kompetencyjno-osobowościowy właściciela firmy prywatnej (badania empiryczne)*, „Przegląd Organizacji” 2007, lipiec-sierpień.
- Battalio R.C. i in., *‘Animals’ Choices Over Uncertain Outcomes: Some Initial Experimental Results*, „The American Economic Review” 1985, t. 75, nr 4.
- Beinhocker E.D., *The Origin of Wealth. The Radical Remaking of Economics and What It Means for Business and Society*, Harvard Business School Press, Boston 2006.
- Benabou R., Pycia M., *Dynamic Inconsistency and Self-Control: A Planner-Doer Interpretation*, „Economics Letters” 2002, t. 77.
- Benabou R., Tirole J., *Self-confidence and Personal Motivation*, „Quarterly Journal of Economics” 2002, t. 117.
- Boulding K.E., *Ekonomia jako nauka moralna*, w: *Ponad ekonomią*, PIW, Warszawa 1985.
- Brandenburger A.M., Nalebuff B.J., *Co-opetition*, Doubleday, New York 1996.
- Bruni L., Sugden R., *The Road Not Taken: How Psychology Was Removed from Economics, and How It Might Be Brought Back*, „The Economic Journal” 2007, t. 117, January.
- Brzeziński M., Gorynia M., Hockuba Z., *Ekonomia a inne nauki społeczne na początku XXI w. Między imperializmem a kooperacją*, „Ekonomista” 2008, nr 2.
- Buchan J., *Adam Smith. Życie i idee*, Difin, Warszawa 2008.
- Busenitz L.W., Barney J.B., *Differences Between Entrepreneurs and Managers In Large Organizations: Biases and Heuristics in Strategic Decision-Making*, „Journal of Business Venturing” 1997, t. 12.
- Camerer C.F., Loewenstein G., *Behavioral Economics: Past, Present, Future*, <http://www.hss.caltech.edu/~camerer/ribe239.pdf>, 2002.
- Camerer C.F., Loewenstein G., Prelec D., *Neuroeconomics: How Neuroscience Can Inform Economics*, „Journal of Economic Literature” 2005, t. 43, March.
- Camerer C.F., Lovallo D., *Over-confidence and Excess Entry: An Experimental Approach*, „American Economic Review” 1999, t. 89, nr 1.

- Chen M.K., Lakshminarayanan V., Santos L., *The Evolution of Our Preferences: Evidence from Capuchin-Monkey Trading Behavior*, Cowles Foundation for Research in Economics at Yale University 2005.
- Chodorowski J., *Adam Smith (1723–1790). Życie i dzieło*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2002.
- Clark A.E. I in., *Relative Income Happiness, and Utility: An Explanation for the Easterlin Paradox and Other Puzzles*, „Journal of Economic Literature” 2008, t. 46.
- Clark J., Friesen L., *Overconfidence in Forecasts of Own Performance: An Experimental Study*, „The Economic Journal” 2009, t. 119, January.
- Compte O., Postlewaite A., *Confidence Enhanced Performance*, „American Economic Review” 2004, t. 94, nr 5.
- Czakon W., *Kooperacja – splot tworzenia i zawłaszczania wartości*, „Przegląd Organizacji” 2009, grudzień.
- Darwin C., *O powstawaniu gatunków drogą doboru naturalnego*, Jirafa Roja, Warszawa 2009.
- Dennett D.C., *Darwin's Dangerous Idea*, Touchstone, New York 1995.
- Dyer J.H., Gregersen H.B., Christensen C.M., *The Innovator's DNA*, „Harvard Business Review” 2009, December.
- Easterlin R., *Does Economic Growth Improve the Human Lot? w: Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honour of Moses Abramovitz*, red. P.A. David, M.W. Reder., Academic Press Inc., New York 1974.
www.http://graphics8.nytimes.com/images/2008/04/16/business/Easterlin1974.pdf
- Eaton B.C., Eswaran M., *Well-being and Affluence in the Presence of a Veblen Good*, „The Economic Journal” 2009, t. 119, July.
- Evensky J., *Adam Smith's "Theory of Moral Sentiments": on Morals and Why They Matter to a Liberal Society of Free People and Free Markets*, „Journal of Economic Perspectives” 2005, t. 19, nr 3.
- Fehr E., Gächter S., *Cooperation and Punishment in Public Goods Experiments*, „American Economic Review” 2000a, t. 90, nr 4.
- Fehr E., Gächter S., *Fairness and Retaliation: the Economics of Reciprocity*, „Journal of Economic Perspectives” 2000b, t. 14, nr 3.
- Fehr E., Fischbacher U., Kosfeld M., *Neuroeconomic Foundations of Trust and Social Preferences: Initial Evidence*, „American Economic Review” 2005, t. 95, nr 2.
- Fellner G., Sutter M., *Causes, Consequences, and Cures of Myopic Loss Aversion – An Experimental Investigation*, „The Economic Journal” 2009, t. 119, April.
- Frank R.H., *Luxury Fever: Why Money Fails to Satisfy in an Era of Excess*, The Free Press, New York 1999.
- Frey B., *Happiness. A Revolution in Economics*, The MIT Press, Cambridge, Mass., London 2008.
- Frey B., Stutzer A., *What Can Economists Learn from Happiness Research?* „Journal of Economic Literature” 2002, t. 40, nr 2.
- Fukuyama F., *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, WN PWN, Warszawa–Wrocław 1997.
- Genesove D, Mayer Ch., *Loss Aversion and Seller Behavior: Evidence from the Housing Market*, „The Quarterly Journal of Economics” 2001, t. 116, nr 4.
- Gintis H. i in., *Moral Sentiments and Material Interests*, MIT Press, Cambridge, MA 2005.
- Hardie B.G.S., Johnson E.J., Fader P.S., *Modeling Loss Aversion and Reference Dependence Effects on Brand Choice*, „Marketing Science” 1993, t. 12, nr 4.

- Harrison L.E., Huntington S.P., *Culture Matters: How Values Shape Human Progress*, Basic Books, New York 2000.
- Heilbroner R.L., *Wielcy ekonomiści. Czasy, życie, idee*, WN PWN, Warszawa 1993.
- Henrich J. i in., *In Search of Homo Economicus: Behavioral Experiments in 15 Small-Scale Societies*, „American Economic Review” 2001, t. 91, nr 2.
- Henrich J. i in., *Foundations of Human Sociality: Ethnography and Experiments in 15 Small-Scale Societies*, Oxford University Press, Oxford 2004.
- Holland J.H., *Adaptation in Natural and Artificial Systems*, MIT Press, Cambridge, MA 1975.
- Jankowska B., *Konkurencja czy kooperacja?*, „Ekonomista” 2009, nr 1.
- Kagel J.H., Battalio R.C., Green L., *Economic Choice Theory: An Experimental Analysis of Animal Behavior*, Cambridge University Press, Cambridge 1995.
- Kahneman D., Knetsch J.L., Thaler R.H., *Experimental Tests of the Endowment Effect and the Coase Theorem*, „Journal of Political Economy” 1990, t. 98, nr 6.
- Kahneman D., Knetsch J.L., Thaler R.H., *Fairness as a Constraint on Profit-Seeking: Entitlements in the Market*, „American Economic Review” 1986, t. 76, nr 4.
- Kahneman D., Knetsch J.L., Thaler R.H., *The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias*, „Journal of Economic Perspectives” 1991, t. 5, nr 1.
- Kahneman D., *Maps of Bounded Rationality: A Perspective on Intuitive Judgment and Choice*, Prize Lecture, December 8, 2002.
- Kahneman D., Tversky A., *Choices, Values, and Frames*, „The American Psychologist” 1984, t. 39, nr 4.
- Kahneman D., Tversky A., *Prospect Theory: an Analysis of Decision under Risk*, „Econometrica” 1979, t. 47, nr 2.
- Kapuściński R., *Podróże z Herodotem*, Znak, Kraków 2004.
- Kauffman S., *Investigations*, Oxford University Press, New York 2000.
- Knack S., Keefer P., *Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation*, „Quarterly Journal of Economics” 1997, t. 112, nr 4.
- Kolm S.-C., *Reciprocity – An Economics of Social Relations*, Cambridge University Press, Cambridge, New York 2008.
- Kowalski T., *Proces formułowania oczekiwań a teoria cyklu wyborczego. Implikacje dla polityki gospodarczej*, prace habilitacyjne 3, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu 2001.
- Krueger A.B., *Introduction, “The Wealth of Nations” by A. Smith*, Bantam Classic, New York 2003.
- Laibson D., *Golden Eggs and Hyperbolic Discounting*, „Quarterly Journal of Economics” 1997, t. 112, nr 2.
- Layard R., *Happiness: Lessons from a New Science*, Allen Lane, London 2005.
- Loewenstein G., *Emotions in Economic Theory and Economic Behavior*, „The American Economic Review” 2000, t. 90, nr 2.
- Loewenstein G., Prelec D., *Anomalies in Intertemporal Choice: Evidence and an Interpretation*, „Quarterly Journal of Economics” 1992, t. 107, nr 2.
- Lovall D., Kahneman D., *Delusions of Success: How Optimism Undermines Executives’ Decisions*, „Harvard Business Review” 2003, July.
- Luttmer P., *Neighbors as Negatives: Relative Earnings and Well-Being*, „Quarterly Journal of Economics” 2005, t. 120.
- Marshall A., *Zasady ekonomiki*, Wydawnictwo M.Arcta, Warszawa 1925.
- Maslow A., *Motywacja i osobowość*, WN PWN, Warszawa 2006.

- McClure S. i in., *Separate Neural Systems Value Immediate and Delayed Monetary Rewards*, „Science” 2004, t. 304, nr 5695.
- Nelson R.R., Winter S.G., *An Evolutionary Theory of Economic Change*, Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts 1982.
- Nicolaou N., Shane S., Cherkas L., Spector T.D., *The Influence of Sensation Seeking in the Heritability of Entrepreneurship*, „Strategic Entrepreneurship Journal” 2008, t. 2, nr 1.
- Odean T., *Are Investors Reluctant to Realize Their Losses?* „The Journal of Finance” 1998, t. 53, nr 5.
- O’Doherty i in., *Abstract Reward and Punishment Representations in the Human Orbitofrontal Cortex*, „Nature Neuroscience” 2001, t. 4, nr 1.
- Polowczyk J., *Przyczynek do ewolucji nauk ekonomicznych na przykładzie ekonomii i nauk o zarządzaniu*, „Przegląd Organizacji” 2009a, luty.
- Polowczyk J., *O konieczności powrotu ekonomii do swoich korzeni*, „Przegląd Organizacji” 2009b, wrzesień.
- Polowczyk J., *Podstawy ekonomii behawioralnej*, „Przegląd Organizacji” 2009c, grudzień.
- Poundstone W., *Prisoner’s Dilemma*, Doubleday, New York, NY 1992.
- Robbins L.Ch., *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, Macmillan, London 1935.
- Roxburgh Ch., *Hidden Flaws in Strategy*, „The McKinsey Quarterly” 2003, nr 2.
- Samuelson P., *A Note on Measurement of Utility*, „Review of Economic Studies” 1937, t. 4, nr 2.
- Schumpeter J.A., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.
- Simon H.A., *Darwinism, Altruism and Economics*, w: *The Evolutionary Foundations of Economics*, red. K. Dopfer, Cambridge University Press, Cambridge, UK 2005.
- Simon H.A., *Działania administracyjne*, PWN, Warszawa 1976.
- Simon H.A., *Models of Bounded Rationality*, MIT Press, Cambridge, MA 1982.
- Smith A., *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, WN PWN, Warszawa 2007.
- Smith A., *Teoria uczuć moralnych*, PWN, Warszawa 1989.
- Smith A., *The Theory of Moral Sentiments*, Henry G. Bohn, London 1853. <http://books.google.pl/books?id=FbYCAAAAYAAJ&printsec=frontcover&dq=adam+smith+the+theory+of+moral#v=onepage&q=&f=false>
- Smith A., *The Wealth of Nations*, Bantam Classic, New York 2003.
- Smith V.L., *Bargaining and Market Behavior: Essays in Experimental Economics*, Cambridge University Press, Cambridge 2000.
- Smith V.L., *The Two Faces of Adam Smith*, „Southern Economic Journal” 1998, t. 65, nr 1.
- Szyska A., *Wycena papierów wartościowych na rynku kapitałowym w świetle finansów behawioralnych*, prace habilitacyjne 35, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2007.
- Taylor E., *Historia rozwoju ekonomiki*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe w Poznaniu, Poznań 1957.
- Taylor S.E., Brown J.D., *Positive Illusions and Well-being Revisited: Separating Fact from fiction*, „Psychological Bulletin” 1994, t. 116.
- Thaler R.H., *From Homo Economicus to Homo Sapiens*, „Journal of Economic Perspectives” 2000, t. 14, nr 1.

- Thaler R.H., Johnson E.J., *Gambling with the House Money and Trying to Break Even: the Effects of Prior Outcomes on Risky Choice*, „Management Science” 1990, t. 36, nr 6.
- Thaler R.H., Shefrin H.M., *An Economic Theory of Self-Control*, „Journal of Political Economy” 1981, t. 89, nr 2.
- Thaler R.H., *Toward a Positive Theory of Consumer Choice*, „Journal of Economic Behavior and Organization” 1980, t. 1, nr 1.
- Tversky A., Kahneman D., *Rational Choice and the Framing of Decisions*, „Journal of Business” 1986, t. 59, nr 4.
- Veblen T., *Teoria klasy próżniaczej*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2008.
- von Hayek F.A., *Konstytucja wolności*, WN PWN, Warszawa 2006.
- Waldman M., *Systematic Errors and the Theory of Natural Selection*, „American Economic Review” 1994, t. 84, nr 3.
- Williamson O.E., *Ekonomiczne instytucje kapitalizmu. Firmy, rynki, relacje kontraktowe*, WN PWN, Warszawa 1998.
- Wilson E.O., *Konsiliencja. Jedność wiedzy*, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań 2002.
- Wojtyna A., *Współczesna ekonomia – kontynuacja czy poszukiwanie nowego paradygmatu*, „Ekonomista” 2008, nr 1.
- Zak P.J. i in., *The Neuroeconomics of Distrust: Sex Differences in Behavior and Physiology*, „American Economic Review” 2005, t. 95, nr 2.
- Zak P.J., Knack S., *Trust and Growth*, „Economic Journal” 2001, t. 111, nr 470.

ELEMENTS OF BEHAVIORAL ECONOMICS IN THE WORKS OF ADAM SMITH

Summary

One of the most significant developments in economics over the last decades has been the growth of behavioral economics. It is not a unified theory, but rather a collection of ideas in opposition to the traditional economics (so called mainstream economics, neoclassical or orthodox). The purpose of the paper is to present Adam Smith's theory against a background of different concepts of contemporary behavioral economists.

The basic subject of economics as a scientific theory is a human being. Homo sapiens is a creator of econosphere – the global economic system consisting of billions of people and organizations which are multiplying achievements of our civilization. Therefore, at the core of any economic theory must be a theory of human behavior.

The presented comparative analysis demonstrates an amazing convergence between A. Smith's theory and contemporary behavioral economics. Thus, the article supports opinion that present economics is returning to the roots of eighteenth century classical economics. This reversion is supplemented by modern knowledge regarding complex evolutionary systems, psychology and sociology, and supported by the latest technical achievements of neuroeconomics allowing an insight into chemical and physical processes in a human brain. Thanks to that, economics is becoming an experimental science.

Key words: behavioral economics • classical economics • neoclassical economics
• evolution

ЭЛЕМЕНТЫ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ В ТРУДАХ АДАМА СМИСА

Резюме

Поведенческая экономическая теория является одним из самых интересных явлений экономической науки конца XX и начала XXI века. Она представляет собой широкое течение, сочетающее оппозиционные взгляды по отношению к так называемой традиционной экономике (называемой также экономикой главного течения, неоклассической или ортодоксальной). Цель статьи заключается в презентации взглядов Адама Смиса на фоне широкой панорамы разнообразных концепций «поведенческих» экономистов.

Основным субъектом экономики как научной дисциплины является человек. Именно *homo sapiens* является создателем «экономосферы» – глобальной экономической системы, состоящей из миллиардов людей и организаций, которые умножают достижения человечества. Поэтому стержнем теории экономики должна быть теория человеческого поведения.

Представленный сравнительный анализ указывает на удивительно большое сходство концепций А.Смиса и современной поведенческой экономической теории. Таким образом авторы присоединяются к сторонникам мнения о том, что нынешняя экономическая наука возвращается к классическим корням, уходящим в XVIII век. Этот возврат происходит при использовании современных знаний, касающихся сложных эволюционных систем, психологии и социологии, а также новейших достижений техники, позволяющих изучать химико-физические процессы, происходящие в человеческом мозге. Благодаря этому экономика становится экспериментальной наукой.

Ключевые слова: поведенческая экономическая теория • классическая экономика • неоклассическая экономика • эволюция.