

## «Теория нравственных чувств» как основа современной теории поведенческой экономики

В.М. КОНОВАЛОВ

В статье рассматриваются некоторые аспекты поведенческой концепции А. Смита, представленной в работе «Теория нравственных чувств». Отмечается базисное значение исследований и научный приоритет А. Смита в обосновании важных постулатов теории поведенческой экономики. Сделаны выводы о перспективах использования достижений поведенческой экономики в процессе совершенствовании экономической политики.

**Ключевые слова:** поведенческая экономика, культура, институты, экономика, личность, общество, стереотипы.

The article deals with some aspects of A. Smith's behavioral concept, presented in the work «The Theory of Moral Sentiments». The basic importance of research and the scientific priority of A. Smith in substantiating the important postulates of the theory of behavioral economics are noted. The conclusions are drawn about the prospects for using the achievements of behavioral economics in the process of improving economic policy.

**Keywords:** behavioral economics, culture, institutions, economics, personality, society, stereotypes.

**Введение.** Книга Адама Смита «Теория нравственных чувств» не часто бывает объектом изучения экономистов. Название книги может вызвать предположение, что автор исследует этические проблемы, далекие от экономики и социально-экономических отношений. Однако более внимательное знакомство с «Теорией нравственных чувств» не оставляет сомнений в ее ценности для последующего развития именно экономической науки. Некоторая информация о содержании понятия «нравственные чувства» и целях исследования содержится в подзаголовке данной книги – «Опыт исследования законов, управляющих суждениями... о поступках прочих людей, а затем, и о своих собственных». То есть, «нравственные чувства», как предмет исследования, в трактовке автора, это некая устойчивая совокупность культурно-этических ценностей и стереотипов поведения, действующих как закон, предопределяющий общественную оценку достоинств личности, ее поступков и направляющий поведение человека. В процессе анализа «нравственных чувств» А. Смит показывает причинно-следственные связи в контексте отношений между личностью и общественными институтами, которые предопределяют возможные варианты экономического и социального поведения человека, в аспекте реализации функции полезности [1, с. 6].

Таким образом, впервые были системно рассмотрены важные аспекты теории поведенческой экономики, ставшей в последствие одним из основных направлений современной экономической науки. Многие идеи, изложенные в «Теории нравственных чувств», получили разностороннее развитие в работах последователей А. Смита и современных исследователей.

**Основная часть.** Одним из исходных положений исследований в «Теории нравственных чувств» является утверждение о том, что удовлетворение тщеславия, а не достижение благосостояния, является главным мотивом поведения и поступков человека. По мнению А. Смита, увеличение личного богатства, выдающиеся успехи в бизнесе или политике являются инструментами приобретения известности и удовлетворения самолюбия. Таким образом, утверждается, что в системе отношений индивида и общества иррациональные (по форме проявления) эмоции оказываются более важными мотивами поведения, чем рациональные потребности. Очевидно, что данные отношения всегда проявляются в контексте исторически определенного типа культуры и господствующей в обществе морали.

Нормы общественной морали, популярные идеи, устоявшиеся стереотипы восприятия реальности, другие нематериальные факторы устанавливают определенные рамки поведения и поступков каждого человека, включенного в систему общественных отношений. Формально

отмеченные правила не являются обязательными, законодательно установленными условиями взаимодействия человека и общества. Кроме того, следование общепринятым нормам и стереотипам естественным образом ограничивает свободу человека и не всегда удобно с точки зрения реализации его личных меркантильных интересов. Почему же люди, в большинстве случаев, мирятся с такими ограничениями и продолжают следовать общепринятым нормам? Как показывает А. Смит, внешне добропорядочное поведение, действия направленные на оказание безвозмездной помощи нуждающимся, публичное отстаивание новых идей и назревших преобразований в обществе могут выглядеть как абсолютно бескорыстные. Однако в действительности стремление получить признание общества, продемонстрировать определенные моральные качества опирается на ожидания человеком определенного полезного эффекта от своих действий. «Мы ценим славу и почести, потому что уважение и преданность окружающих нас людей представляют могущественное средство для доставления нам удовольствий и защиты нас от страданий» [1, с. 181]. Таким образом, моральные стереотипы и благородные идеи, одобряемые обществом, являются ориентирами для поведения людей, стремящихся к укреплению своего авторитета в системе социальных связей или утверждению своих позиций в хозяйственной, предпринимательской деятельности. Как полагает А. Смит, удовлетворение тщеславия, как эмоциональный процесс, взаимосвязано с меркантильными материальными целями. То есть, удовлетворение тщеславия посредством деятельности в сферах жизни, внешне не связанных с достижением материального богатства, носит рациональный характер и ориентировано на достижение максимально полезного результата – «таким образом, мы обеспечиваем себе спокойствие и безопасность, составляющие цель всех наших желаний» [1, с. 181].

Человек сугубо социальное существо. Отмеченные мотивы направляют действия и влияют на формирование ожиданий людей не только в системе социально-экономических связей, но также в политике, науке, искусстве. Их действия, в том числе за пределами хозяйственной сферы, осознанно или подсознательно направлены на достижение прагматичных целей посредством реализации социальных связей. «Человек может существовать только в обществе; природа, предназначившая его к такому положению, одарила его всем необходимым для этого. Все члены человеческого общества нуждаются во взаимных услугах» [1, с. 51].

Очевидно, что утвердившиеся в общественном сознании стереотипы и нормы поведения, одобряемые социумом, являются результатом опыта, накопленного в процессе многовековой практики межличностных отношений и хозяйственной деятельности. Можно заметить, что нормы морали и стереотипы межличностных отношений постепенно изменяются под воздействием изменения условий жизни и развития общества. Однако на всех этапах общественного развития действует система влияния общественных институтов на поведение личности посредством одобрения или неодобрения его поступков. «Все системы, о которых я упоминал, сходятся в том, что поощряют склонности, достойные похвалы, и высказываются против склонностей, заслуживающих порицания» [1, с. 185]. Таким образом, А. Смит констатирует всеобщность проявления принципа «одобрения или неодобрения», лежащего в основе взаимодействия общества и личности.

В различных разделах «Теории нравственных чувств» обосновывается мысль, что человеческие эмоции, часто выходящие за пределы общепринятых норм, внешне кажущиеся спонтанным проявлением субъективного восприятия реальности индивидом или группой лиц, в действительности имеют объективные причины. Данный тезис, сформулированный А. Смитом, впоследствии стал важным объектом изучения в современной поведенческой экономике. Таким образом, в «Теории нравственных чувств» А. Смит фактически исследует механизм социально-экономических связей, а также эмоциональный, социально-психологический механизм формирования общественных ожиданий, существенно влияющих на поведение потребителей и производителей благ.

Посредством абстрактных рассуждений и на практических примерах А. Смит показывает, что морально-психологические стереотипы поведения человека, утвердившиеся в общественном сознании, в сочетании с эмоциями, присущими природе человека, лежат в основе рационального (экономического) содержания таких понятий, как честность, справедливость, сопереживание и сочувствие ближнему и т. д.

Но, на первый взгляд, эмоциональные мотивы хозяйственной деятельности противоречат концепции «человека экономического», представленной А. Смитом в его последующей книге: «Исследование о природе и причинах богатства народов». В некоторых разделах этой работы homo economicus показан, как рациональный человек, почти лишенный эмоций, стремящийся к получению только материальных благ и очевидных выгод [2]. Однако в действительности противоречия нет. В «Теории нравственных чувств» поведение человека показано в более разностороннем виде. Здесь рассмотрено диалектическое единство экономической и социально-этической жизни общества и человека, соответствующей определенному уровню организации и развития институциональной системы при наличии определенного типа культуры (в данном случае, христианской культуры Великобритании 18 в.).

Люди, описанные в «Теории нравственных чувств», совершают одобряемые обществом поступки, стремятся к усилению своего влияния в обществе именно потому, что это делает их известными, популярными и удовлетворяет их тщеславие, то есть их эмоциональные потребности. Само производство, приобретение и потребление блага всегда сопровождается эмоциями. «Главные предметы нашего влечения или отвращения – удовольствие или страдание, но различает их не разум, а непосредственное чувство» - отмечает А. Смит [1, с. 195]. Потребители и производители нередко придают первостепенное значение статусу блага, который часто не соответствует его реальной полезности. Природа человека такова, что эмоции, возникающие в процессе потребления (или ожидания процесса потребления) блага, являются важным (иногда важнейшим) критерием субъективной ценности данного блага и определяют рыночный спрос на него. Как известно, эта особенность эмоционального восприятия реальности человеком, как потребителем, является основой современной индустрии коммерческой рекламы.

Основательное исследование взаимосвязи общества и индивида через призму принципа «одобрения и неодобрения», выполненное А. Смитом, стало методологической основой концепции последовательной взаимозависимости культуры, институциональной системы общества и состояния экономики (триады), получившей развитие в работах М. Вебера и других исследователей. В частности, М. Вебер, фактически развивая выводы, сделанные А. Смитом, отмечает соответствие одобряемого поведения основным постулатам господствующей религии, как важнейшего элемента культуры [3, с. 90–92]. В рамках теории протестантской этики, тщеславие предпринимателя также рассматривается как стимул хозяйственной деятельности, основанный на осознании взаимозависимости увеличения личного богатства и общественного благосостояния [3, с. 94].

Диалектика взаимосвязи эмоциональных, морально-психологических факторов, приобретающих институциональный характер, и процесса реализации социальных связей, привлекает все большее внимание исследователей в последующий период. Усиление воздействия духовно-идеологических (культурных) процессов на социально-экономическое развитие общества и поведения человека отмечено Д.М. Кейнсом. В его исследованиях фактически развивается идея А. Смита о преобладании (и опасности) влияния нематериальных факторов поведения человека над «корыстными интересами» в долгосрочном периоде. В завершающем разделе своей знаменитой работы «Общая теория занятости процента и денег» Д.М. Кейнс утверждает: «Я уверен, что сила корыстных интересов значительно преувеличивается по сравнению с постепенным усилением влияния идей. Правда, это происходит не сразу, а по истечении некоторого периода времени. В области экономической и политической философии не так уж много людей, поддающихся влиянию новых теорий, после того как они достигли 25- или 30-летнего возраста, и поэтому идеи, которые государственные служащие, политические деятели и даже агитаторы используют в текущих событиях, по большей части не являются новейшими. Но рано или поздно именно идеи, а не корыстные интересы становятся опасными и для добра, и для зла» [4, с. 350].

Обоснованный А. Смитом принцип «одобрения и неодобрения» личности обществом находит развитие и в «теории конкурентного экономического порядка», обоснованной В. Ойкеном. Идеи В. Ойкена, исследовавшего проблемы демократической социально-экономической системы середины 20 века, созвучны с поведенческой концепцией А. Смита, опирающейся на «нравственные чувства». «Это свойство добродетели – служить поддержанию общества, а свойство порока – нарушать порядок...» – отмечает Смит [1, с. 192]. В. Ойкен отмечает, что без поддержки государственными институтами, равноправной конкуренции, позитивных этических или традиционных норм, «одобряемых» обществом, невоз-

можно разрешение противоречий между частными, корпоративными и общественными интересами [5, с. 452–454]. «Нельзя требовать от людей того, что может выполнить только экономический порядок: создать гармоничные пропорции между индивидуальными и общими интересами» [5, с. 464]. Гораздо раньше, в «Теории нравственных чувств» обосновывается мысль о том, что государство (правительство) как ключевой элемент институциональной системы несет ответственность за реализацию культурно-этических ценностей, обеспечивающих стабильность общества и социально-экономических связей. Следовательно, «само правительство может быть дурным и вредным только потому, что оно недостаточно заботится о предупреждении бедствий, порожденных пороками человека» [1, с. 112].

Позднее в экономической науке сформировались различные направления, акцентирующие внимание на эмоционально-психологических аспектах поведения экономических субъектов. Развитие идей А. Смита применительно к реалиям нового времени находит в исследованиях М. Новака, рассматривавшего процесс становления и проблемы «демократического капитализма», в том числе на примере постсоциалистических стран. Ссылаясь на исследования А. Смита и М. Вебера, М. Новак утверждает, «что культура и мораль представляют собой главную движущую силу становления системы либеральной демократии и системы свободной экономики» [6, с. 200]. Соответственно деградация традиционной культуры является, по мнению исследователя, главным препятствием на пути повышения эффективности современной экономики и институциональной системы общества.

Во второй половине 20 и начале 21 вв. масштабы исследования эмоционально-психологических факторов развития экономики существенно расширились. Сложились и развиваются на современной методологической базе различные направления поведенческой экономики и экономической психологии, представленные в работах нобелевских лауреатов Г. Беккера (1992), Д. Норста (1993), Р. Талера (2017), других известных исследователей. В частности, в работах Р. Талера расширяется инструментарий исследования, посредством применения экспериментальных методов изучения поведения субъектов хозяйствования, в процессе реализации функции полезности.

Продолжая традицию развития идей А. Смита, современные европейские экономисты Э. Фер (2002), А. Фальк (2006) и многие другие изучают реальное содержание таких категорий, как «справедливость», «честность», «взаимная толерантность», «социальные предпочтения», «доверие», «социальное одобрение». В частности, понимание содержания справедливости является примером прагматичной трактовки содержания данной категории автором «Теории нравственных чувств»: «Справедливость – важнейшая из всех добродетелей – представляется, стало быть, не чем иным, как благоразумным и предусмотрительным образом действий относительно наших ближних» [1, с. 181].

В рамках современных поведенческих исследований отвергается «излишне прямолинейное» утверждение неоклассической экономической теории о «совершенном эгоизме», рациональных ожиданиях и рациональном поведении человека в системе социально-экономических связей. В частности, отмечается, что размер заработной платы далеко не всегда определяет предпочтения работников в процессе поиска места работы, а норма прибыли не всегда определяет выбор производителей. Объектом более глубоких исследований становится и вопрос рациональности спонтанных эмоций, а также эмоциональные факторы принятия решений в процессе хозяйственной деятельности. Вслед за А. Смитом современные исследователи доказывают, что эмоции людей, кажущиеся спонтанными и иррациональными, часто имеют вполне объективные и рациональные причины. Более глубокое понимание этих причин обогащает не только экономическую науку, но и ряд смежных дисциплин, а также практику управления хозяйственной деятельностью и социально-экономическими системами. В частности, современные исследования «внутренней мотивации фирмы» акцентируют внимание на том, что хозяйствующие субъекты, выходя за рамки эгоистического интереса, могут извлекать долгосрочную полезность, поступая в соответствии с моральными ценностными установками, общественными нормами и одобряемыми обществом стереотипами поведения.

Как отмечено выше, к подобным выводам гораздо раньше пришел А. Смит в «Теории нравственных чувств» и его знаменитые последователи, работавшие в рамках различных направлений экономической науки (М. Вебер, Д.М. Кейнс, В. Ойкен и др.). Таким образом, ис-

следование природы человеческих эмоций приобретает все более широкое распространение и все более важное значение для понимания и практического регулирования современных общественно-экономических систем на различных уровнях их функционирования. Сегодня первостепенная (базовая) важность господствующего типа культуры как совокупности духовно-нравственных ценностей и моральных стереотипов поведения для формирования и эффективного функционирования национальных институциональной и экономической систем признается многими представителями поведенческой экономики.

**Заключение.** В заключение следует отметить несколько важных фактов, отражающих связь исследований А. Смита, представленных в «Теории нравственных чувств», и развития современной поведенческой экономики.

«Нравственные чувства» показаны А. Смитом как совокупность культурно-этических ценностей и стереотипов, которые проявляются в диалектической взаимозависимости поведения личности и особенностей институциональной системы общества.

Действие сложившейся в обществе системы «одобрения или неодобрения» фактически представлено А. Смитом как закон, «управляющий суждениями», и, соответственно, поведением людей, естественно включенных в определенную систему социально-экономических связей. При этом, поступая в соответствии с утвердившимися в обществе моральными нормами и этическими установками, люди, осознанно или интуитивно, стремятся максимизировать полезные результаты своих действий.

Глубокий анализ нематериальных «нравственных» факторов, определяющих поведение человека и его взаимоотношения с обществом, в «Теории нравственных чувств» стал методологической и информационной основой последующего формирования концепции диалектического взаимодействия трех составных элементов национальной социально-экономической системы (триады): культуры, институтов (политики), экономики.

Как отметил Р. Талер, дальнейшее и более глубокое исследование вопросов поведенческой экономики, в том числе поставленных А. Смитом и его последователями, открывает возможность осуществлять регулирование совокупного спроса, совокупного предложения, динамики экономического роста без применения традиционных фискальных и монетарных инструментов, эффективность которых существенно снизилась в процессе трансформации современных социально-экономических систем [7, с. 342].

Таким образом, идеи А. Смита, изложенные в «Теории нравственных чувств», относительно влияния моральных стереотипов, социально-психологических мотивов поведения и формирования ожиданий человека как субъекта, органично включенного в социально-экономическую систему, следует рассматривать как основу современной поведенческой экономики и объект дальнейшего изучения.

## Литература

1. Смит, А. Теория нравственных чувств / А. Смит. – М. : Республика, 1997. – 209 с.
2. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов (книги I–III) / А. Смит. – М. : Наука, 1992. – 572 с.
3. Вебер, М. Избранные произведения / М. Вебер ; сост. общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова, П. П. Гайденко ; пер. с нем. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
4. Кейнс, Д. М. Общая теория занятости процента и денег / Д. М. Кейнс. – М., 2002. – 352 с.
5. Ойкен, В. Основные принципы экономической политики / В. Ойкен ; общ. ред. Л. И. Цедилина, К. Херрманн-Пиллата, вступ. сл. О. Р. Лациса ; пер. с нем. – М. : «Прогресс», 1995. – 496 с.
6. Новак, М. Дух демократического капитализма / М. Новак ; пер. с англ. В. Г. Марутика. – Минск : «Лучи Софии», 1997. – 544 с.
7. Талер, Р. Новая поведенческая экономика / Р. Талер. – М. : Изд-во «Э», 2017. – 368 с.