

Чащин В.В.

*Экономический оппортунизм с точки зрения поведенческой экономики: вариативность концептуальных положений // Вестник Самарского государственного университета. Серия «Экономика и управление». 2015. № 9/1 (131). С. 177–194*

177

УДК 334

*В.В. Чащин\**

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОПОРТУНИЗМ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ: ВАРИАТИВНОСТЬ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ПОЛОЖЕНИЙ**

Поведенческая экономика претендует на комплексное переосмысление теории принятия решений: наряду с концепцией рациональности экономического агента ревизии подвергается и гипотеза об оппортунизме. Выясняется, что недобросовестные действия, как правило, имеют иррациональный характер. С одной стороны, внимание исследователей концентрируется на регулятивном потенциале нравственности. С другой стороны, используются более общие подходы к объяснению природы обмана с учетом структуры социальных и когнитивных контекстов кооперации. Анализ основных положений указанных концепций и посвящена данная статья.

**Ключевые слова:** иррациональность, моральный диссонанс, ограниченная нравственность, социальные контексты, эвристики и предубеждения, экономический оппортунизм.

### **Введение**

Вторая половина XX в. для экономической науки ознаменовалась появлением ряда альтернативных проектов, направленных на усовершенствование методологического ядра неоклассической экономической теории и претендующих на выявление действительных условий и механизмов эффективной кооперации индивидов. Иными словами, новому объяснению подлежали сущность индивидуальных экономических действий, социальные последствия индивидуальных решений в области экономики, а также нормативные возможности и практические решения.

Например, в неинституциональной экономике отправной точкой исследований послужило представление об ограниченной рациональности экономических агентов (отчасти основанное на результатах так называемой когнитивной революции в психологии) и неопределенности их намерений (гипотеза экономического оппортунизма). Однако при этом все названное выше парадоксальным образом лишь подчеркнуло фундаментальную, базовую рациональность индивидов, осознающих ограниченность своих возможностей. Институциональный человек умел убедительно справляться со своим несовершенством, минимизируя трансакционные потери (метафорически – эффекты трения). Допустимыми становились и управляющие воздействия, основанные на максимизационных устремлениях агентов: разработка и внедрение оптимального дизайна контрактов, в том числе предполагающего стратегические аспекты, такие, например, как предоставление достоверных гарантий.

Возникшая в ходе взаимодействия экономистов и психологов поведенческая экономика, в свою очередь, также выбрала в качестве объекта концептуальной критики совершенную рациональность неоклассического актора. Но в отличие от неинституционализма, не остановилась на признании экономической природы информационных и гарантирующих действий, а обратила внимание на сердцевину представлений о процессе принятия индивидами решений. Основываясь на мно-

---

\* © Чащин В.В., 2015

Чащин Владимир Владимирович (rector@uifg.ru), ректор, Уральский институт фондового рынка, 620100, Российская Федерация, г. Екатеринбург, Сибирский тракт, 35.

гочисленных наблюдениях, представители экономической психологии показали, что люди в практических решениях ориентируются не на оптимальность, а на удовлетворенность (Г. Саймон [13]). Более того, «новая» поведенческая экономика, как называет сложившееся позднее междисциплинарное научное направление Е.-М. Сент [57], обнаружила, что предпочтения индивидов часто противоречивы (нарушение принципа транзитивности) и существенным образом определяются контекстом принятия решений (неустойчивы). Таким образом, субъект экономических действий предстал в виде реального человека, который склонен к шаблонным реакциям, плохо знает, чего хочет, и нетверд в своих оценках, зависим от обстоятельств. Это свойство индивидов получило название «иррациональность».

Тем не менее поведенческая экономика не изменила требованию прогнозируемости поведения человека. Оказалось, что даже иррациональные поступки все же произвольны. Если институциональный агент, действуя в условиях неопределенности, умел экономить на соответствующих издержках, то поведенческий индивид экономил на этой экономике, полагаясь на особые когнитивные, психологические установки (эвристики). Ограниченность используемых методов познания мира и обуславливала появление устойчивых, повторяющихся паттернов ошибочных действий – предубеждений, наносящих экономике ущерб. Соответственно, экономистами поведенческого направления была обоснована возможность реализации специальных корректирующих мероприятий (подталкивания), базирующихся, как ни странно, на идее все той же «идеальной» рациональности, за которой все увереннее закреплялся статус подлинно нормативного феномена.

Следует отметить, что пионерами данного направления – Д. Канеманом и А. Тверски – развивалась именно когнитивистская часть поведенческой экономики: концепция эвристической оценки вероятностей при принятии решений в условиях неопределенности [40], теория перспектив [41]. Однако представителями поведенческой экономики не была, конечно, забыта и проблема неопределенности намерений экономических агентов, их готовность к обману, нарушению соглашений и иным недобросовестным действиям (экономический оппортунизм). И в данном случае поведенческая экономика – например, Gino F. et al. [37] – предпочла отталкиваться не от ревизии неинституциональных представлений об оппортунизме О. Уильямсона [15], где мораль имплицитно сохраняла некоторое влияние, а от моделей «экономического империализма», подчеркнуто придерживающегося принципов мотивационного монизма. Речь, в частности, идет о гипотезе Г. Беккера [4] о чисто рациональной природе преступных действий.

Неприятие рационального характера нечестных поступков обусловило то, что проблема обмана или, конкретнее, экономического оппортунизма в поведенческой экономике приняла двоякие очертания. С одной стороны, лжецы предстали в качестве иррациональных субъектов: склонность к обману оказалась зависимой от моральных контекстов поступков и эмоционального состояния агентов. Выяснилось, что при таком подходе одни ситуации располагают ко лжи более других. Последнее обстоятельство определило и направление управляющих воздействий – контекстуальное подталкивание.

С другой стороны, когнитивные недостатки человека, иррациональность индивидов открыли, по мнению поведенческой экономики, возможность их эксплуатации к собственной выгоде теми субъектами социально-экономических отношений, чья природа позволяет преодолевать на системном уровне иррациональность отдельных акторов и обусловленность индивидуального поведения моралью. Фирмы, применяя, в частности, нейромаркетинг, склоняют клиентов к ненужным покупкам – С. Samerer et al. [28] – или же, формируя паттерны организационных отношений, создают предпосылки для нарушения сотрудниками моральных норм и формальных законов.

Таким образом, анализ оппортунизма с точки зрения поведенческой экономики распадается на три части. В данной статье мы остановимся только на проблеме

природы и структуры, связанных с обманом индивидуальных поступков. Вопрос о возможностях патерналистского манипулирующего воздействия, стремящегося исправить поведение индивидов с позиций нравственности и предотвратить эксплуатацию (эффект интерналий) иррационального характера человеческого поведения, останется несколько в стороне – общий обзор этой проблемы проведен, в частности, у Р. Капелюшника [12].

### **1. Концепция двойной мотивации индивидуальных действий: моральный диссонанс и моральные предубеждения**

Итак, выше было замечено, что поведенческая экономика подвергает критике рационалистское понимание оппортунистических действий. И в данном случае полемические выпады направлены против концепции «экономического империализма», одним из авторов и апологетов которой считается Гарри Беккер [5]. По мнению ученого, недобросовестное поведение (оппортунизм) целесообразно представлять в форме рационального принятия решения, где экономический агент сравнивает предполагаемые выгоды и издержки (включая вероятность штрафов, тюремного наказания, общественного порицания и прочих рисков) своего нечестного поступка. Поведенческая экономика, в свою очередь, считает такую позицию несостоятельной, а оппортунизм иррациональным – Ариели [1]. Но какой смысл вкладывается в понятие «иррациональность» в данном случае?

В настоящей момент можно говорить – конечно, с большой долей условности – о двух способах интерпретации в поведенческой экономике недобросовестных действий. Первая линия исследования оппортунизма именно и может быть помещена под рубрику «концепция этического диссонанса» – S. Ayal, F. Gino [19], R. Barkan et al. [22] – или «моральное маневрирование» – S. Shalvi et al. [58]. По мнению сторонников этой позиции, поведение человека во многом детерминировано моральной частью его личности, причем аффективная сторона имеет здесь решающее значение: мы всегда обладаем интуитивными оценками, какие поступки хорошие, какие плохие. Однако и эгоистические устремления, связанные с ожиданием выгоды (на эмоциональном уровне – искушение), безусловно, продолжают играть важнейшую мотивационную роль.

Таким образом, человек в поведенческой концепции предпочитает совмещать индивидуальную целесообразность своих действий с их чувственно обеспеченной моральной состоятельностью, что серьезно ограничивает интенсивность недобросовестных интенций. Стоит, однако, подчеркнуть: в данном случае поведенческая экономика не просто утверждает: *Homo mendax* не является максимизатором выгод. На повестку выносятся серьезный вопрос, имеющий солидную исследовательскую историю: как возможна ложь при сохранении обманщиком качеств морального (социального) субъекта? И в данном аспекте процесс принятия решений, включающих возможность обмана, поведенческая экономика связывает с мотивационными свойствами «этического диссонанса» (названного так по аналогии с когнитивным диссонансом Л. Фестингера). Механизм явления в общих чертах можно описать так. Все люди имеют сформированное относительно устойчивое самовосприятие, в том числе в аспекте добросовестности (моральную идентичность). И слишком значительное отдаление поступков от нравственного идеала является для человека непереносимым. Стремясь избежать внутреннего конфликта и обусловленных им страданий, мы воздерживаемся от слишком выраженной аморальной деятельности. Иными словами, поступки человека связаны с обеспечением приемлемого баланса морали и целесообразности и с достижением комплексной удовлетворенности, связанной с неким уровнем моральных притязаний и управлением нравственной фрустрацией – U. Fischbacher, F. Föllmi-Heusi [34].

Однако доказать иррациональность экономического оппортунизма здесь по-прежнему не просто. Ведь мораль как более или менее эффективный мотивационный

фактор используется и в других теоретических направлениях – например, у R. Benabou, J. Tirole [25]. Поведенческая экономика учитывает данное обстоятельство и обращается к сложившейся в настоящее время, как указывает, в частности, У. Хэндс [16], традиции определения нормативного с максимально широкими позицией, включающих в эту область не только нравственность, но и рационально организованные суждения. Это позволяет провести весьма интересные аналогии между когнитивными процессами и сферой нравственного, используя концепцию эвристик и устойчивых, регулярных предубеждений, ошибок, истолкованных в моральном ключе.

Во-первых, по мнению поведенческой экономики, совершая поступки, мы не занимаемся подсчетом прибылей или убытков, но ориентируемся на интуитивную оценку нравственного. Эта интуиция формируется отчасти в ходе экстернализации врожденных способностей к социальному бытию, отчасти в ходе воспитания, социализации, интернализации культурологически специфицированных моральных норм.

Однако, во-вторых, так как, скажем, по S. Epstein [32], интуиция – это род познания (и интуиция, и рассуждения – формы когнитивных процессов), поведенческая экономика использует популярную в современной психологии модель двойного процесса. В рамках этой гипотезы – например, у K. Stanovich, R. West [62] – в сфере взаимодействия человека и мира (практического, познавательного, оценочного) выделяется система быстрых оценок, основанных на интуитивных операциях, и система медленных суждений (в случае с оппортунизмом – нравственная рефлексия). Соответственно, выясняется, что, поскольку мораль, как правило, основана на быстрых эвристических интуициях, верной моральной оценке в той или иной ситуации часто препятствуют контекстные помехи или особые установки нравственно-когнитивной сферы человеческой жизни. Именно такие поведенческие фреймы и помогают преодолеть барьер морали в целом (определяя ограниченность нравственности – bounded ethicality).

Обману, в свою очередь, способствует ряд особых ситуаций, способствующих активизации нравственных паттернов (предубеждений) – N. Mazar et al. [46]. К ним относятся, во-первых, возможность проведения классификационных процессов, позволяющих человеку рационализировать наличие значимого промежутка между его фактическими поступками и зонами аморального. Во-вторых, невнимание к моральным стандартам или отсутствие моральной рефлексии в стереотипных поведенческих актах. В-третьих, гипермотивация, вызванная различного рода агональными социальными явлениями (в частности, конкуренцией) [45].

Суть данных психологических феноменов, первый и третий из которых относятся к условиям внешней среды, а второй – к психологическим структурам индивида, такова. В целом деятельность человека в поведенческой экономике (концепция этического диссонанса) строго увязывается с полнотой одобрения его поступков моральной стороной личности. Однако этот своеобразный моральный контракт (допустим такую метафору) основан на интуитивных привычных, шаблонных оценках (эвристиках), устойчиво обеспечивающих удовлетворенность результатами наших действий. Мораль, таким образом, словно бы «сгущается» в рамках относительно небольшого числа определенных стереотипных ситуаций, обладающих качеством этических маркеров. Данное обстоятельство приводит к тому, что часто между ядром нравственных оценок (интуицией, какое поведение допустимо, а какое – недопустимо, что такое добро и зло) и действительными условиями поступков появляется недоступный рефлексии зазор. Иными словами, мы, как следует из работ M.L. Snyder et al. [60] или M. Schweitzer, C. Hsee [56], нередко действуем в ситуации моральной неопределенности и на быстрые оценки: совпадают ли в том или ином случае наши поступки с нормами морального действия, – могут влиять контексты процессов. Следовательно, как и в случае с когнитивным диссонансом, степень интенсивности диссонанса этического может варьироваться, допуская сформированную обстоятельствами приемлемость обмана.

При этом, как и в когнитивной сфере, в мире этического мы стремимся к легкости, когерентности и системности связи событий, происходящих с нашим участием. И условия наших действий влияют на формирование бесконечного нарратива решающим образом. Этому способствуют прежде всего особенности языка: вербализованная рационализация в силу многосмысленности сферы лингвистического позволяет эффективно редуцировать неопределенность пограничных ситуаций к классификациям, где используются выгодные для нас оценки, ассоциации и т.д. Играет свою роль и привычность тех или иных действий, снижающая интенсивность моральной рефлексии, особенно в ситуациях психологического истощения, усталости – F. Gino et al. [35; 36]. Значение также имеет сложившаяся в обществе или в той или иной социальной группе система мотивации: сильные стимулы, особенно при наличии жесткой конкуренции, могут повысить порог терпимости обмана. Вероятность выбора недобросовестных стратегий зависит, кроме того, от распространенности подобного рода поведенческих стереотипов в социальных группах – F. Gino et al. [37].

В частности, поведенческая экономика утверждает, что вероятность обмана снижают традиционные культурологические феномены (те самые моральные маркеры): скажем, заимствование наличных денег почти у всех ассоциируется с тяжелым проступком. И напротив – психологическую дистанцию между реальным поступком и представлениями о нечестном поведении, а значит, реализацию недобросовестности, увеличивают субституты: электронные деньги, цифры в бухгалтерских ведомостях. Люди охотнее прибегают к обману и в рамках фрейма «услуга за услугу»: традиционная обязанность отвечать взаимностью на приносящие выгоду действия партнера может оправдывать некоторые отклонения от требований норм и правил (прямое действие справедливости). На схожих принципах базируется «обман из альтруизма»: человек может лгать, отстаивая интересы малых групп (рабочих коллективов, семьи, общины и т. д.) или даже целых государств.

Поведенческая экономика исследует и рекреационные аспекты действия этического диссонанса (это вновь связано с гипотезой «морального баланса»). Нечестные поступки со временем могут накапливаться, приводя к нестерпимому чувству плохой саморепутации, неудовлетворенности. В этом случае человек может использовать паттерны морального очищения. Например, речь может идти непосредственно о ритуальных гигиенических процедурах (эффект Пилата): обманщик смывает с себя грех и восстанавливает моральную идентичность. Люди могут прибегать и к компенсационным поступкам: пожертвовав на благотворительность, лжец получает индульгенцию и буквально лицензию на оппортунизм в дальнейшем – U. Khan, R. Dhar [44]. Человек может прибегать в той или иной форме к исповеди: отделяя от себя нечестность в виде специального нарратива, индивид словно бы организует «уборку» внутреннего морального пространства. Наконец, важным способом управления этическим диссонансом является организация моральной дистанции с хорошо осознаваемыми случаями обмана: нравственный ригоризм, производство знаков моральной состоятельности позволяют снизить вызванное диссонансом напряжение – R. Barkan et al. [22].

Соответственно, процессы преодоления этического диссонанса, достижения удовлетворенности можно сравнить с производством специфических самосигналов, свидетельствующих индивиду о собственном соответствии образу справедливого человека даже при осознанной реализации обмана. Причем способности генерировать такие самосигналы у людей далеко не одинаковы. Поведенческая экономика утверждает, что креативные (творческие) индивиды успешнее справляются со своеобразной «подгонкой под ответ», т. е. с конструированием системы оправдывающих условий – F. Gino, D. Agiely [37]. Потому, скажем, инициативные, полные новых идей сотрудники проявляют большую склонность к оппортунизму, чем их менее активные коллеги. Талантливые люди лучше составляют рассказы, нарративы, обеспечивая когерентность, связность событий, цепочки причинно-следственных отношений – естественно, толкующие относительно неопределенные события в нужном, оправдывающем ключе.

Таким образом, в соответствии с описанной концепцией человек в рамках двойной мотивации — эгоистической и моральной — способен интуитивно оценивать обстоятельства своих поступков и определять буквально терпимое для себя (этический диссонанс) отклонение от норм нравственности. И поскольку, как указывает Д. Канеман [37], люди могут трансформировать чувства в калькулятивные операции, отклонения от этического ядра в экономическом смысле капитализируются в форме полученной от обмана «допустимой» выгоды. Кроме того, на интенсивность оппортунистических устремлений человека оказывает влияние система институциональных и психологических условий его деятельности. И слепая приверженность нравственным эвристикам, интуициям приводит к тому, что индивиды часто, проводя редукцию сложных обстоятельств к простым оценкам некритически, привычно оценивают те или иные ситуации как нравственно нейтральные, допускающие ложь.

Моральные предубеждения распадаются при этом на два класса. С одной стороны, обман поддерживают ситуации, прямо ассоциирующиеся с нравственным поведением (ложь во благо, альтруистическая ложь, сверхригоризм и морализаторство). С другой стороны, к обману подталкивает обстановка, в которой отсутствуют или затемнены специфические маркеры, т. е. ассоциации с поступками аморальными (манипуляции с абстрактными культурологическими феноменами, игровые фреймы, размывание ответственности, конкуренция, истощение). Кроме того, на интенсивность обмана влияют и личностные качества: одни люди (творческие) могут успешнее других и проводить рационализацию, и обеспечивать когерентность нарративов. В целом поведенческие паттерны обуславливают интенсификацию нечестности, а их экспликация при этом может служить основанием для нормативных выводов и практических корректирующих мероприятий.

Тем не менее на повестке остаются важные вопросы. Представленный выше механизм реализации лжи, включающий предубеждения при оценке нравственных свойств событий, предполагает, по сути, чисто инструментальный характер обмана, при помощи которого преодолеваются, скажем, формальные нормы (не столь эластичные, как мораль) — М. Schweitzer, С. Hsee [56]. Как указывает Д. Ариели [1], люди обманывают всякий раз, когда им предоставляется для этого возможность, но обманывают немного. Этот тезис мог бы стать ключевым в понимании возможностей представленной выше аналитической схемы. В частности, здесь говорится о том, что индивид всегда нацелен на особое использование случаев снижения эффективности институционального механизма «предписание — инфорсмент». При этом мораль является последним, психологическим бастионом социального, который пусть не полностью, но компенсирует такие «провалы институтов», а нечестность служит средством их эксплуатации.

Но почему для реализации своих интересов требуется именно обман? Только ли потому, что характер таких неявных аморальных действий сам по себе обеспечивает дополнительную поддержку эгоистическим намерениям? Или, в соответствии с приведенным выше тезисом Д. Ариели, обман есть альтернативный инструмент достижения своих целей с оптимальными психологическими издержками? И как нам в полной мере учесть интенциональный — направленный и преднамеренный характер лжи, означающий, что к использованию любого удобного случая (opportunity) во всей его акцидентальной неопределенности и специфичности потенциальный обманщик всегда должен быть готов заранее? Да и в аргументации самооправдания, самообмана или стереотипного заблуждения при реализации лжи слишком далеко мы заходить не можем, рискуя потерять собственно предмет анализа.

В частности, мы обязаны в данном случае принимать во внимание связанный с ложью вариант так называемой платоновской проблемы: для реализации обмана мы должны владеть большим знанием, чем у нас имеется в любых конкретных удобных для обмана обстоятельствах. Соответственно, без экспликации своеобразной рекурсивнос-

ти обмана мы рискуем оказаться в ситуации, когда человек превращается в прирожденного лжеца, всегда ведущего параллельно с нормативно состоятельной деятельностью планирование оппортунистических акций (результаты такого рода непрерывного виртуального анализа актуализируются в условиях этической неопределенности).

К тому же мораль с точки зрения описанной позиции становится весьма консервативным феноменом (многие экономические, культурологические новации способствуют размыванию этических норм), почти исключая динамические смыслы. Обусловлено это в немалой степени тем, как в представленной выше концепции реализован принцип разделения социальных оснований морали и индивидуальной мотивации нравственных действий (обсуждаемый в явном виде по меньшей мере со времен Д. Юма). Чувственно обеспеченная на уровне индивида мораль здесь хорошо коррелирует с необходимостью поддержания безусловного и всеобщего характера стратегических общественных императивов. А эгоизм определяет непосредственный прагматический и адаптивный аспект индивидуальных поступков. Тот факт, что человек, конечно, всегда имеет определенную социальную позицию и что смыслы регулятивной социальной системы не заданы экзогенно, но реализуются в индивидуальных поступках и суждениях, остается несколько в тени.

Поэтому просто зафиксировав операционный характер обмана, мы, с одной стороны, признаем, что суждения в сфере социальной регуляции играют только служебную роль, по существу, обслуживая аффекты. С другой же стороны, нам нелегко будет, как замечают N. Berg, G. Gigenzer [26], и отделить поведенческие гипотезы от рационалистских концепций, учитывающих, скажем, моральную полезность. В частности, для того чтобы констатировать отсутствие у лжецов, испытывающих моральное давление, максимизационных стратегий, нам просто необходимо имплицитно ввести в модель идеальную нормативную рациональность: преднамеренно, хотя часто и неосознанно использующий институциональную неопределенность индивид мог бы извлекать более значительную пользу, но этический диссонанс существенно ослабляет его амбиции. Нравственность в этом случае может трактоваться как еще один специфический фактор, влияющий на принятие решений (наряду с чисто экономическими обстоятельствами), а ложь по-прежнему выступает в качестве следствия базового, естественного эгоизма человека – D.A. Moore, G. Loewenstein [51]. В похожем ключе можно истолковать и некоторые идеи замечательной работы R. Benabou, J. Tirole [25], где проводится анализ динамического взаимодействия внутренних и внешних стимулов рациональных агентов в условиях информационной асимметрии с применением формальных аспектов теории сигналов и концепции «принципал-агент».

Соответственно, важными здесь становятся возможности экспликации обмана, понимаемого в качестве инструмента преследования эгоистических интересов, с более общих позиций.

## **2. Эвристики и структура социального взаимодействия: возможные миры обмана**

Речь в данном случае идет о результатах ряда исследований, которые, полностью находясь в обрисованном выше концептуальном русле, могли бы, однако, выступать и в качестве источника обобщающих гипотез. Так, с одной стороны, интересной является имеющая богатую историю дискуссия в отношении влияния на моральную сферу аффектов и суждений – например, J. Haidt [39] или A. Blasi [27], а также о роли в формировании нравственности эксплицитных правил и других социальных институтов – в частности, L. Nucci, E. Turiel [57] или R.V. Cialdini et al. [29]. С другой стороны, оттолкнуться можно, например, от одной из относительно ранних работ D. Kahneman et al. [42], где констатируется, что взаимодействующие индивиды используют при организации сотрудничества различные системы норм: от моральных суждений до рационализированных процедур принятия решений, только *учитывающих* нравственность в качестве стратеги-

ческого ресурса. При этом данные системы всегда требуется согласовать в кооперации.

В сходном направлении можно истолковать и результаты предпринятого М. Vazegman et al. [23] исследования взаимодействия аудиторов и корпоративных клиентов. Выяснилось, что на процесс аудиторских проверок влияют бессознательные предубеждения специалистов, обусловленные именно структурным контекстом работы, ролевыми характеристиками участников трансакций, использующих дифференциально формируемые эвристики. Только в рамках этих структур и активируются общие условия предрасположенности к обману: неопределенность институциональных положений деятельности, *quid pro quo*, приоритет краткосрочной мотивации. В целом же обман является лишь конечным пунктом структурно обусловленного стремления к кооперации. Агенты в этом случае всегда ангажированы социальным контекстом, а оценка одной и той же информации зависит от трансакционной позиции, как указано у D.M. Messick, K.P. Sentis [48], или формируется в интерпозиционном взаимодействии – K.A. Diekmann et al. [31].

Таким образом, суть процессов заключается не просто в конфликте «разума и сердца», как замечают В. Shiv, А. Fedorikhin [59], но в плюрализме оценок и истолкований требований «разума и сердца». Иными словами, при сохранении детерминанты социальной ориентированности индивидуальных действий в данном случае вводится классическая для поведенческих гипотез двойная неопределенность: первого порядка, связанная с отсутствием строгой иерархии тех или иных способов оценки, и второго порядка – зависимость оценок от контекстов. Интересно, что N. Mazar et al. [47] высказывают идею, которую можно толковать именно в указанном ключе: когда выгода от обмана становится значительной, ограничивающее влияние морали ослабевает. Здесь мы либо должны признать, что мораль действует в строго определенном (пусть и индивидуализированном) мотивационном коридоре, что в предположении о сложностях экспликации подобного рода переключений выглядит не слишком привлекательно (в частности, при таком подходе люди, как правило, будут добродетельными по необходимости, в соответствии с выражением П. Бурдьё), либо обратиться к гипотезе о динамическом взаимодействии нормативных миров.

Эта позиция отчасти схожа с идеями Л. Болтански и Л. Тевено [14] о множественности способов организации общественного бытия и об отношениях этих пространств социальной координации. В рамках данной теории – концепции «порядков значимого» – утверждается, что в кооперативной деятельности людей всегда используется несколько взаимодействующих между собой сложным образом способов оценок тех или иных действий (миры оправданий). И перенесение одних систем оценок в пространство других порядков влечет возникновение конфликтов, основанных на представлении о справедливости происходящего.

Однако у Болтански и Тевено индивиды, как правило, умеют эффективно распознавать порядки значимого и работать в пространстве каждого из них. Возвращаясь к проблеме моральных оценок с позиции поведенческой экономики, мы можем, во-первых, констатировать, что экономисты-психологи считают способность ориентации в плюралистических системах норм не такой уж совершенной и непротиворечивой, а во-вторых, предположить, что контекстуально зависимыми являются мнения индивидов именно о взаимодействии систем оценок. Иначе говоря, интуиция, шаблонное восприятие, а также предубеждения свойственны и ситуациям соприкосновения порядков значимого. И если обстоятельства, скажем, таковы, что у человека возникает интуитивное представление о коммуникационных затруднениях – например, в рамках организационных отношений, по Г. Саймону [13], – в рамках доминирования какого-либо порядка значимого, тогда он стереотипно же может прибегать к обману в качестве коммуникационного средства, при помощи которого взаимодействие способов социальных оценок подвергается реконструкции.



Этический диссонанс можно интерпретировать здесь уже не как страдание, вызванное значительным зазором между моральными самооценками человека и его фактическими деяниями, а как результат оценок индивидом значимости своих притязаний и последствий (в том числе моральных) реализации той или иной коммуникационной стратегии, включая ложь. Как показано в исследовании В.М. DePaulo [30], солгавшие часто объясняют свой поступок тем, что чувствовали бы себя хуже, сказав правду. Подчеркнем, что если в данном случае и идет речь о банальном страхе, то только как частном случае коммуникационных затруднений при взаимодействии порядков значимого.

Это действительно ключевой момент в анализе обмана. Дело в ситуации лжи обстоит не так, будто обманщик стремится только уменьшить «зазор» между моральной самооценкой и оценкой своих фактических действий. Этот разрыв прямо полагается в обмане и является основой специфической коммуникационной системы, в которой мотивационные последствия обмана (скажем, личный выигрыш или моральные страдания) важны, но без наличия ценностной структуры поступка — невозможны. Как нет абсолютного без относительного, так нет оценочно контекстуального и эмоционального без преобразования в структуру, которое происходит при выборе внутренней позиции к моральному (конкретная мотивация при этом может быть самой различной от чистого эгоизма до альтруистических намерений).

Обман, иными словами, — это прежде всего отношение. Конечно, мы не можем выйти за пределы этической системы, являющейся для нас необходимостью, представленной на индивидуальном уровне моральной самооценкой (полностью релятивизированная мораль неизбежно рухнула бы в условиях контекстуальности поведения человека, потому крайнего перспективизма здесь следует избегать). Следовательно, любой наш поступок проходит в горизонте нравственного, но не непосредственно (например, с позиций гедонизма, где мы интуитивно стремимся наслаждаться и пользой, и моральной состоятельностью), а в рамках социально-психологической структуры, принимающей на индивидуальном уровне форму морального диссонанса.

Удобство этой гипотезы заключается еще и в том, что она допускает возможность важных обобщений. В частности, Д. Канеман [11] замечает, описывая эффект надления собственностью, что люди могут учиться преодолевать влияние этого паттерна, действуя в рамках особых — рыночных — обменных фреймов, где воспитывается способность к оценке с точки зрения концептов эквивалентности. Соответственно, и ложь может на том же рынке использоваться на первый взгляд в чисто меркантильных целях, на чем и строится позиция Г. Беккера. Но в действительности речь здесь идет о выделении особых — экономических — порядков значимого, где этическая сторона взаимодействия выносится за скобки, происходит удержание от моральных суждений. Таким образом, порядки значимого представляют собой в нашем случае своего рода классы реализаций эвристик социального взаимодействия. В целом же смыслы коммуникаций, предполагающих обман, могут быть самыми разными: от бытовой лжи до изощренных мошеннических схем, от обмана из альтруистических побуждений до максимизирующего оппортунизма.

Кроме того, мы должны вспомнить о технической сути обмана, выражающейся в двойной интенциональности. Ведь оппортунизм может считаться успешным только при выполнении двух условий: во-первых, обман направлен на достижение желаемого, но, во-вторых, достичь желаемого можно лишь в кооперативной деятельности с партнером, только убедив его в нормальности процессов, создав ситуацию искушения ожидаемым. А это, в свою очередь, возможно, по L.Thevenot [63], только в рамках той или иной доминирующей системы кодификации, а вернее, во взаимодействии различных кодов, систем воспроизводства социально-экономических сигналов.

Таким образом, даже с точки зрения концепции этического диссонанса (или морального баланса) обман можно трактовать не как специфический инструмент извлече-

ния выгоды, которому противодействует нравственность, но в качестве альтернативного механизма, собственно, и организующего консенсус порядков значимого; механизма, имеющего конструктивистскую, коннотативную, по Р. Барту [3], природу. Позволим себе еще одну до известной степени упрощающую метафору, раскрывающую важный нюанс этой гипотезы. Как замечает Рой Баумайстер, один из главных вопросов, который можно было бы задать с точки зрения психологии морали, выглядит так: почему некоторые люди делают вещи, которые другие люди заведомо воспринимают как безнравственные? В контексте обсуждаемой проблематики это означает, что мы не просто добиваемся санкции или, по крайней мере, нейтральной позиции внутреннего морального цензора, чуть подслеповатого в иных ситуациях, но в целом доброжелательного, готового принять оправдывающие доводы в отношении реализации наших эгоистических намерений. Прежде чем подойти к ситуации обмана, мы должны оценить коммуникативную ситуацию с учетом возможного взаимодействия социальных порядков, определить доминируемые и доминирующие структуры в качестве таковых, воспроизвести горизонты различения истины и лжи, оценить перспективы различных способов их сопряжения и воссоздать социальный акт с обманом.

Обман, следовательно, — способ присоединения к какому-либо доминирующему порядку значимого, вид кооперации, реализующейся по-разному в различных институциональных формах (в частности, в быту, на рынке или в границах фирмы). Именно это констатируется в функциональных гипотезах обмана, например у П. Экмана [17] или Д. Дубровского [9]. Сторонники такого подхода делают акцент на коммуникационном аспекте нечестности, на глубоком желании лжеца быть причастным к тем или иным нормативным системам. И здесь стоит отметить, что такой феномен, как обман, возможен лишь тогда, когда порядки координации и оценок обладают довольно жесткими процедурами авторизации, верификации, т. е. барьерами входа. Последнее обстоятельство, собственно, и влечет появление последствий обмана, в экономике выражающееся в проблеме транзакционных издержек.

Важно, однако, избежать крайностей консеквенциализма и в функционалистской (обман обеспечивает устойчивость социальной структуры) и в структуралистской (обман, отрицательно влияя на эффективность, определяет форму социальных связей) версиях. Дело в том, что порядки значимого действительно воспроизводятся, как отмечалось выше, действиями индивидов, обладающих дифференциально доступной оценкой информации, «на границе», т. е. в ситуациях неопределенности, перехода от одного порядка к другому. И ложь, несомненно, играет здесь важную роль, однако, не только в функциональном смысле. Каждый агент социального взаимодействия, являясь, согласно Д.Л. Дженнингс и др. [8], источником структурирующих суждений, обладающим несовершенным, но дивергентным мышлением, оказывается потенциально готовым одновременно и подвергнуть предполагаемую институциональную границу проверке на прочность, совершить микрореволюцию оппортунистического поступка, и отстаивать барьер между порядками. При этом обман и противодействие недобросовестности становятся лишь частными возможными способами институционального воспроизводства, а решения чаще всего принимаются на основании эвристик, порождающих предубеждения.

Дополним данные тезисы следующим образом. В неоклассической теории взаимодействие индивидов обеспечивает невидимая рука или благожелательный аукционист. В неоинституциональной концепции индивиды движимы стремлением к выгоде, которая максимальна в кооперативных процессах (консеквенциональная гипотеза). Однако операционный контекст, позволяющий выгодному сотрудничеству осуществиться, агенты должны создать еще до всякой сделки, ориентируясь на издержки организации транзакций (видимая рука, по выражению А. Чандлера). В поведенческой экономике аксиоматическим является представление о социальности человека, его стремлении производить и воспроизводить социальные коммуникации, что выражается в

соответствующей эмоциональной активности. Образно эта аксиома названа поведенческой экономикой «невидимое рукопожатие» – D. Kahneman et al. [42].

При этом социальность человека охватывает все явления, включая и обман, являющийся принципиально коммуникационным феноменом. Но в то же время ложь указывает и на еще одно существенное обстоятельство. Оказывается, социальное, в том числе реализующееся в форме морали, не дает нам основания говорить об априорно устойчивом обществе. Иными словами, безусловная нацеленность на социальное не отменяет – в силу множественности способов оценки – необходимости обеспечивать устойчивость этого социального. Ведь стереотипное, подкрепленное системой внутренних и внешних наград стремление индивидов к успешным с их точки зрения коммуникациям может быть слишком интенсивным с позиций социума в целом. Прибегая к приведенной метафоре можно сказать, что поскольку социальность является желанной и вознаграждаемой (в различных смыслах), человеку свойственно добиваться рукопожатий. Обман именно и является примером таких процессов.

И в качестве феномена избыточной социальности ложь с точки зрения повседневности, вероятно, можно назвать стратегией легкой коммуникации. Дело в том, что коммуникационные затруднения (которые могут принимать форму этического диссонанса, экономического конфликта, но не отменяют стремление индивидов к взаимодействию), мы можем решать в рамках доминирующего порядка при помощи открытой реконструкции отношений (конститутивные усилия), что требует значительных издержек, понесенных в той или иной форме. Или же преодолевать коммуникационные сложности, пользуясь потенциалом формальных аспектов доминирующего порядка, производя внутреннюю реконструкцию координационных порядков, особенно на фоне особых условий (паттернов) оценки событий, способствующих возникновению чувства легкости сценария с обманом. Стремление человека экономить усилия в любой ситуации, подчеркиваемое когнитивной психологией, играет в этих процессах решающую роль – D. Oppenheimer [54].

Поясним сказанное. При возникновении коммуникационных затруднений человек опирается на быструю интуитивную, эвристическую оценку-прогнозирование возможного развития ситуации. В качестве приемлемых сценариев разрешения проблемы при этом отбираются те варианты, что буквально приходят в голову прежде всего остального, формируются легко и быстро, вплоть до автоматизма реализации, особенно это характерно для интенционально нагруженных интеракций, что, в частности, показали, исследуя стратегии самопрезентации, R.S. Feldman et al. [33]. И мораль, конечно, вносит важный вклад в этот прогноз: близкие к нравственным интуициям поступки моделируются, безусловно, легче откровенно безнравственных деяний (ограничивающий момент). Но поскольку, как правило, речь идет о взаимодействии различных порядков значимого, коннотации, организующие обман, предполагают не просто использование нормативной формы для сокрытия корыстных целей, не просто смещение релевантности оперантов концептуальных норм, но полную реконструкцию доминирующего нормативного поля, куда инкорпорируются смыслы доминируемого порядка.

Речь здесь идет о том, что обман – комплексная коммуникация, косвенно связанная с целыми системами социальных отношений, и лишь внешне – с непосредственным объектом манипуляций, в отношении которого и происходит редукция упомянутой комплексности к чувственно окрашенным эгоистическим интересам и моральной интуиции. Причем оценки здесь зависят, во-первых, от динамики, например, от начальной позиции лжеца. А во-вторых, от общего институционального пространства, т. е. не только от морали, но и от прочих институтов, формальных, неформальных (скажем, легитимности), в результате чего определяется место нравственности в коммуникационном акте: от доминирования этических смыслов до калькулятивного учета морали как совокупности специфических сигналов. К тому же стоит учесть, что у порядков значимого могут быть различными как способы нравственных оценок, так и

мотивационная структура (куда помимо нравственной может входить, скажем, и групповая идентичность) – J.C. Turner [64]. (Интересно, что похожие идеи можно встретить еще в миниатюре Г.В.Ф. Гегеля [7] «Кто мыслит абстрактно?») Это позволяет говорить о появлении своеобразного морального равновесия как элемента общего институционального равновесия, определяющего, в частности, уровень доверия в обществе, стереотипные ожидания и объем транзакционных издержек, направляемых на организацию сделок. Вариант формализации некоторых аспектов таких процессов с точки зрения теории игр представлен, например, у M. Rabin [55].

Соответственно, в данном случае важно принимать во внимание институциональные обстоятельства коммуникаций с обманом. Чем большим количеством нюансов взаимодействия владеет человек, чем привычнее для него та или иная деятельность, тем вероятнее возникают сценарии, фреймы, где ложь как легкий способ преодоления затруднений выглядит ситуативно допустимым вариантом шаблонных, стандартных решений; до известной степени этот эффект можно считать аналогичным «интуиции эксперта» – D. Kahneman [43]. Кроме того, как было сказано выше, значимой становится и ролевая позиция актора: например, структурно обусловленная оценка потерь контрагента и собственных обстоятельств в условиях влияния неосознаваемых предубеждений способна воздействовать и на моральный баланс.

И мы, наконец, можем органично интерпретировать тот факт, что практикующий обман человек всегда заранее должен антиципировать реакции и ожидания партнеров, предвидеть возможности и владеть технологиями обмана, зависящими от изменчивых конфигураций институциональной среды. В этом случае речь идет отнюдь не о рациональном расчете индивида Беккера, но о способах оценки – часто интуитивных – возможностей реконструкции институционального ландшафта. Причем здесь тематизируется, становится в качестве предмета суждений форма, код социального взаимодействия как основа именно рекурсивного потенциала сопряжения различных порядков значимого, что, по-видимому, и следует из результатов упомянутой выше работы R. Barkan et al. [22]. Тевено [14] указывает, что действие будет осмысленным лишь тогда, когда оно претендует на универсальность, выходит за пределы частного. Добавим к этому, воспользовавшись идеями Л.С. Выготского [6], что в ситуации обмана формируется символическая избыточность видения социальной реальности, свойственная именно той или иной ролевой позиции.

Соответственно, и влияние психологических паттернов остается в рамках гипотезы существенным. Однако природу психологических установок (предубеждений), влияющих на интенсивность оппортунизма, мы теперь сможем интерпретировать несколько иначе. Ведь в данном случае (в отличие от сферы чисто когнитивной активности) мы не можем указать на рациональность как эталонный порядок определения значимого. Но здесь нет и объективно истинной морали, отклонение от которой мы могли бы приписать действию эвристик. В нашей ситуации мы должны воспринимать индивида в конкретных обстоятельствах воспроизводства системы определения порядков значимого, т. е. как единство всех текущих условий, включая соматическую, когнитивную, психологическую области активности.

Именно об этом говорят С. Sunstein, R. Thaler [61] или D. Ariely et al. [18], утверждая, что у человека нет готовых предпочтений – они воссоздаются в каждом его поступке, что, по-видимому, верно и для нормативной сферы. В таком процессе происходит столкновение шаблонов, эталонов, стереотипов, абстрактных норм с ситуацией их интерпретации и аппликации, реконструирующей отношения порядков значимого с учетом принципа нетранзитивности в духе А. Tversky [65]. Таким образом, в случае с обманом интуиции, быстрые эвристики, определяющие первичную оценку пространства транзакции, включают в себя и моральные и когнитивные (в аспекте суждения, т. е. поступка) аспекты. И тот же нарратив как способ рационализации обмана с необходимостью связан и с операционными характеристиками лжи.

Иными словами, рационализации, понимаемой как разновидность оправдывающих ложь паттернов (*wishful thinking*), мы в данном случае должны отвести особое место. Дело в данном отношении обстоит не совсем так, что, как предполагает, например, К. Вах [20], при самообмане конструируются гипотезы, совместимые с этикой субъекта. И что упомянутые в первой части работы облегчающие обман классификационные процессы расширяют возможности по управлению моральным диссонансом. Существенным здесь становится и вопрос: каков механизм действия рационализации? Для его описания часто используются несколько расплывчатые термины: самооправдание, смягчение напряжения, обход моральных норм, даже паразитозфрения, как у К. Вах. Но если определять рационализацию более последовательно, можно заметить, что она представляет собой, как уже говорилось выше, процесс производства сигналов, направленных одновременно предполагаемым контрагентом (потенциально – в аспекте возможных дискуссий) и моральной части своей личности (актуально – в качестве изготовления, по А.Г. Greenwald [38], эго-истории).

Сигнал же имеет знаковую природу, т. е. основан на структуре, которая предполагает сформированное отношение, обусловленное социальной позицией. Мотивационная же природа этих сигналов связана с тем, что, как показывают В. Монин, А.Н. Jordan [50], каталогизация обстоятельств, влияющих на личность, является для человека ценностью. И в обмане происходит производство именно не денотаций, а коннотаций, т. е. знаков, в которых реализовано сопряжение нормативных миров. Если разум, как замечает Д. Канеман [43], склонен подчиняться доминирующему когнитивному правилу, но часто ошибается, то в сфере морали дело, вероятно, не только в том, что отклонения от норм можно не заметить или замаскировать, но и в том, что условия выявления их классификационных признаков могут ситуативно варьироваться – А. Bandura [21], С. Moore, А.Е. Tenbrunsel [52].

Более того, мы можем наблюдать определенную двойственность когнитивных и моральных предубеждений в целом. Это позволяет ответить на еще один важный вопрос: почему оценки коммуникационной ситуации могут подталкивать нас именно к обману? Ведь обман совершается не случайным образом. И слишком явно в обмане использование информационной асимметрии, что отчасти возвращает нас в пространство рационалистских теорий. Помочь в разрешении этой проблемы способна концепция Канемана и Тверски [10] эвристики моделирования (вариант эвристики доступности), развивающая идеи психологии возможных миров. В соответствии с этой гипотезой, производя интуитивные оценки, мы моделируем развитие событий, ориентируясь на легкость, с какой модельные процессы связывают начальное состояние с желаемым. Точно так же при переходе к стратегиям обмана как особому сопряжению координационных порядков мы именно и производим модельную реконструкцию событий и интуитивно склоняемся к легкому сценарию, отвечающему на вопрос: как могли бы соответствовать мои обстоятельства требованиям доминирующего порядка?

Ведь и в рамках концепции этического диссонанса мы должны признать необходимость тестирующих прогнозов, реализующихся интуитивно или осознанно и выявляющих границу отклонений от морали в определенных условиях. Как указано у N. Mazar [47], некий базовый, сублиминальный, не активирующий моральные механизмы уровень нечестности присутствует в деятельности людей всегда. Но превышение интенсивности обмана сверх порога нормального немедленно приводит к возбуждению системы внутренних вознаграждений и наказаний, что в свою очередь ограничивает ложь. А это требует соответствующих модельных усилий по определению образов нормального и дифференциации допустимых сценариев от недопустимых. Таким образом, к обману подталкивают эмоции, основанные на легкости прогнозирования противоположных фактов, по определению Д. Канемана и А. Тверски.

Модельная связность, непротиворечивость контрфактических событий определяет оппортунизм в любых его проявлениях. От исключения до нормы психологическое

расстояние ближе, чем от нормы до исключения, утверждают Канеман и Тверски. Тем более что люди склонны рассматривать свое поведение как адекватный ответ на требования меняющихся условий деятельности. В этом смысле жесткие доминирующие нормы (та же мораль или усиление формальных институтов) могут уже не ограничивать, но напротив аффективно подталкивать, как считает В. Монин [49], в рамках процесса эталонных моральных сравнений к процессу кропотливой реконструкции представлений о допустимом. В упомянутой выше работе R. Venabou, J. Tigole [25] показано, что поведение человека может зависеть от характера институциональных взаимодействий и структуры мотивации, реализованных в прошлом, в частности, от величины скрытых (доминируемых) издержек внешних (доминирующих) стимулов.

И, как уже говорилось, легкость интуитивного моделирования лжи, вероятно, будет сопровождать оценки человека именно в тех случаях, что знакомы ему, в частности, в профессиональной деятельности, где та же мораль наполняется конкретным операционным ситуативным содержанием, становится интерпретируемой. На наш взгляд, именно такие эффекты, помимо прочего, зафиксировали в исследовании влияния локальных систем оценок (профессиональной групповой солидарности) на распространение коррупции А. Belianin, L. Kosals [24]. А вот незнакомые ситуации могут снижать сценарную креативность индивидов, легкость здесь будет обеспечена следованием наиболее общим институциональным или моральным шаблонам (скажем, доллары в холодильнике в опыте Д. Ариели [1] оказались не востребованными, скорее всего, по этой причине).

Собственно, здесь мы обнаруживаем основания институциональной ориентации толкования обмана и ответ на иллюстративные вопросы поведенческих экономистов: почему мы, садясь в трамвай, даже не рассматриваем в качестве возможных вариантов кражу кошелька у соседа – К. Басу [2], или почему мы не крадем велосипеды – Д. Ариели [1] и т. д. Вопросы эти явно неполны. Стоит дополнительно спросить: почему люди, не думающие о кошельке другого пассажира, вполне способны на реализацию изощренного обмана и коварства в иных социальных средах? По-видимому, здесь известную роль играет стереотипность, привычность хорошо изученных ролевых коммуникаций, основанных на легкости моделирования сопряжения порядков значимого.

Иначе говоря, при шаблонном принятии решений текущие условия реконструируются в соответствии со стереотипной привычной моделью коммуникации, т. е. с целым институциональным комплексом, включающим мораль. Поэтому кражу кошелька обычный человек (например, кассир банка) не вводит в сферу актуального внимания: столь далекая от привычных норм деятельность не порождает легких модельных интуиций такого типа коммуникаций. Зато на своем рабочем месте в ситуации затруднений при взаимодействии порядков значимого тот же кассир вполне может интуитивно оценивать оппортунистические схемы как возможные (и, например, фактор наличных денег уже не будет играть здесь роль ограничения). Да и управляющие финансовой организацией прилагают усилия, направленные в основном против нарушений кассовой дисциплины, а не против мелкого воровства личного имущества: этот вариант старого примера Д. Юма демонстрирует тот же эффект социальных фреймов, организующих структуру проявления морали, доверия.

### **Заключение**

Эвристики моральных оценок, мотивационный потенциал этического диссонанса и сценарного моделирования являются элементами единого основанного на психологии возможных миров механизма выбора индивидами вариантов структурирования коммуникаций. При этом справедливость, приемлемость или этическая оправданность отклонений от доминирующих норм становятся триггером обмана лишь в ходе общей интуитивной оценки доступности трансформации доминируемого порядка в рамках порядка доминирующего. Соответственно, с этим же связаны и причины неудачи обмана. Творческий человек может действительно

*ex ante* генерировать модели, необычным способом связывающие различные порядки значимого. Но когнитивные предубеждения (игнорирование редких случайностей, сложности оппортунистической цепочки) в результате приводят к коммуникационным фиаско (разоблачению и открытым конфликтам), а моральные иллюзии могут вызвать нравственные страдания *ex post*.

В целом обман с точки зрения поведенческой экономики оказывается не абстрактным инструментом преследования эгоистических интересов (даже с учетом ограничивающей силы морали), а чувственно-дискурсивным процессом коммуникации альтернативных (локальных) социальных порядков, представляющих собой эвристические кластеры и порождающих соответствующие моральные и когнитивные стереотипы. Иначе говоря, одни порядки значимого взаимодействуют с другими системами норм (скажем, моральное и рациональное) на фоне психологических установок и предубеждений, влияющих на интенсивность реализации тех или иных социальных практик, в том числе обмана. Тем самым возможным становится переход к нормативным следствиям в духе патернализма, основанного на подталкивании (активация морали) – N. Mazar, D. Ariely [47], или на институциональной организации архитектуры индивидуального выбора с учетом проблемы оппортунизма (ограничение коммуникационной активности) – M. Bazerman et al. [23].

#### Библиографический список (References)

1. Ариели Д. (2013). Вся правда о неправде. М.: Манн, Иванов и Фарбер. = Arieli D. All truth about untruth. M., Mann, Ivanov i Farber, 2013 [in Russian].
2. Басу К. (2014). По ту сторону невидимой руки. М.: Издательство института Гайдара. = Basu K. On the other side of the invisible hand. M., Izdatel'stvo instituta Gaidara, 2014 [in Russian].
3. Барт Р. (2003). Система моды. М.: ИД Сабашниковых, 2003. = Bart R. Mode system. M., ID Sabashnikovyx, 2003 [in Russian].
4. Беккер Г. (2000). Преступление и наказание: экономический подход // Истоки. М.: Изд. ГУ-ВШЭ. Вып. 4. С. 28–90. = Bekker G. Crime and punishment: economic approach. *Istoki* [Origins]. M., Izd. GU-VShE. Issue 4, pp. 28–90 [in Russian].
5. Беккер Г. (1993) Экономический анализ и человеческое поведение // THESIS. Т. 1. Вып.1. С. 24–40 = Bekker G. Economic analysis and human behavior. *THESIS*, Vol. 1, Issue 1, pp. 24–40 [in Russian].
6. Выготский Л.С. Орудие и знак в развитии ребенка // Собр. соч.: в 6 т. М.: Педагогика, 1982. Т. 6. = Vygotsky L.S. Instrument and sign in the development of a child in *Collected edition in 6 Vols.* M., Pedagogika, Vol. 6 [in Russian].
7. Гегель Г.В.Ф. Кто мыслит абстрактно? // Работы разных лет. М.: Мысль, 1972. Т. 1. С. 387–394. = Hegel G.W.F. Who thinks abstractly? in *Works of different years.* M., Mysl', 1972. Vol. 1, pp. 387–394 [in Russian].
8. Дженнингс Д.Л., Эмбайл Т.М., Росс Л. Субъективная оценка ковариации: суждения, основанные на данных, против суждений, основанных на теориях // Канеман Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: правила и предубеждения. М.: Гуманитарный центр «Монолит», 2005. С. 243–266. = Jennings D.L., Embayl T.M., Ross L. Subjective estimate of covariation: judgements based on data against judgements based on theories in *Kahneman D., Slovik P., Tverski A. Decision-making in uncertainty: principles and biases.* M., Gumanitarnyi tsentr «Monolit», pp. 243–266 [in Russian].
9. Дубровский Д.И. Обман. Философско-психологический анализ М.. Канон+РООИ «Реабилитация», 2010. = Dubrovsky D.I. Deceit. Philosophical and psychological analysis. M., Kanon+ROOI «Reabilitatsiia», 2010 [in Russian].
10. Канеман Д., Тверски А. Эвристика моделирования // Канеман Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: правила и предубеждения. М.:

Гуманитарный центр «Монолит», 2005. С. 232–246. = Kahneman D., Tverski A. Heuristics of modeling in Kahneman D., Slovik P., Tverski A. *Kahneman D., Slovik P., Tverski A. Decision-making in uncertainty: principles and biases*. М., Gumanitarnyi tsentr «Monolit», pp. 2005, 243–266 [in Russian].

11. Канеман Д. Думай медленно... Решай быстро. М.: АСТ, 2013. = Kahneman D. *Thinking, Fast and Slow*. М., AST, 2013 [in Russian].

12. Капелюшников Р. Поведенческая экономика и «новый» патернализм. // Вопросы экономики. 2013. № 9. С. 66–91. № 10. С. 28–47. = Kapelyushnikov R. Behavioral economics and «new» paternalism. *Voprosy ekonomiki* [Issues of economics], 2013, no. 9, pp. 66–91; no. 10, pp. 28–47 [in Russian].

13. Саймон Г., Смитбург Д., Томсон В. Менеджмент в организациях М.: РАГС Экономика, 1995. = Simon H.A., Smithburg D.W., Thompson V.A. *Public administration*. М., RAGS Ekonomika, 1995 [in Russian].

14. Тевено Л. Множественность способов координации: равновесие и рациональность в сложном мире // Вопросы экономики. 1997. № 10. С. 69–84. = Teveno L. Multiplicity of coordination modes: balance and rationality in a complex world. *Voprosy ekonomiki* [Issues of economics], 1997, no. 10, pp. 69–84 [in Russian].

15. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, «отношенческая» контракция. СПб.: Лениздат, 1996. = Williamson O.E. *Economic institutes of capitalism: firms, markets, «relational» contracting*. Spb., Lenizdat, 1996 [in Russian].

16. Хэндс У. Нормативная теория рационального выбора: прошлое, настоящее и будущее // Вопросы экономики. 2012. № 10. С. 52–74. = Hands U. Normative theory of rational choice: past, present and future. *Voprosy ekonomiki* [Issues of economics], 2012, no. 10, pp. 52–74 [in Russian].

17. Экман П. Психология лжи. СПб.: Питер, 2011. = Ekman P. *Telling Lies: Clues to Deceit in the Marketplace, Politics, and Marriage*. Spb., Piter, 2011 [in Russian].

18. Ariely D., Loewenstein G., Prelec D. Coherent Arbitrariness: Stable Demand Curves without Stable Preferences. *Quarterly Journal of Economics*, 2003, Vol. 118, pp. 73–105 [in English].

19. Ayal S., Gino F. Honest Rationales for Dishonest Behavior in *The Social Psychology of Morality: Exploring the Causes of Good and Evil*. M. Mikulincer & P.R. Shaver (Eds.). Washington, DC, American Psychological Association, 2012 [in English].

20. Bach K. Analysis of Self-Deception. *Philosophical and Phenomenological Research*, 1981, Vol. XLI, No. 3, pp. 350–359 [in English]

21. Bandura A. Selective Activation and Disengagement of Moral Control. *Journal of Social Issues*, 1990, Vol. 46(1), pp. 27–46 [in English].

22. Barkan R., Ayal S., Gino F., Ariely D. The Pot Calling the Kettle Black: Distancing Response to Ethical Dissonance. *Journal of Experimental Psychology: General* 141, 2012, No. 4, pp. 757–773 [in English].

23. Bazerman M., Loewenstein G., Moore D. Why Good Accountants Do Bad Audits: The Real Problem Isn't Conscious Corruption. It's Unconscious Bias. *Harvard Business Review*, 2002, pp. 3–8 [in English].

24. Belianin A., Kosals L. Collusion and Corruption: An Experimental Study of Russian Police [Electronic Resource]: Working Paper WP 9/2015/03. Moscow, Higher School of Economics Publ. House, 2015 [in English].

25. Benabou R., Tirole J. Intrinsic and Extrinsic Motivation. *Review of Economic Studies*, 2003, Vol. 70, pp. 489–520 [in English].

26. Berg N., Gigerenzer G. As-if Behavioral Economics: Neoclassical Economics in Disguise? *History of Economic Ideas*, 2010, Vol. 18, no. 2, pp. 133–166 [in English].

27. Blasi A. Moral Development and Moral Action: A Theoretical Perspective. *Developmental Review*, 1983, Vol. 3, pp. 178–210 [in English].

28. Camerer C., Issacharoff S., Loewenstein G., O'Donoghue T., Rabin M. Regulation for Conservatives: Behavioral Economics and the Case for “Asymmetric Paternalism”. *University of Pennsylvania Law Review*, 2003, Vol. 151, no. 3, pp. 1211–1254 [in English].

29. Cialdini R.B., Reno R.R., Kallgren C.A. A Focus Theory of Normative Conduct: Recycling the Concept Of Norms to Reduce Littering in Public Places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1990, Vol. 58, No. 6, pp. 1015–1026 [in English].



30. DePaulo B.M. (2004). The Many Faces of Lies in *The Social Psychology of Good and Evil*. A.G. Miller (Ed.). New York, Guilford Press, 2004, Chapter 12, pp. 303–326 [in English].
31. Diekmann K.A., Samuels S.M., Ross L., Bazerman M.H. Self-Interest and Fairness in Problems of Resource Allocation: Allocators Versus Recipients. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1997, Vol. 72, pp. 1061–1074 [in English].
32. Epstein S. Demystifying Intuition: What It Is, What It Does, How It Does It. *Psychological Inquiry*, 2010, Vol. 21, pp. 295–312 [in English].
33. Feldman R.S., Forrest J.A., Happ B.R. Self-Presentation and Verbal Deception: Do Self-Presenters Lie More? *Basic and Applied Social Psychology*, 2002, Vol. 24, Issue 2, pp. 163–170 [in English].
34. Fischbacher U., Föllmi-Heusi, F. Lies in Disguise — An Experimental Study on Cheating. *Journal of the European Economic Association*, 2013, Vol. 11(3), pp. 525–547 [in English].
35. Gino F., Schweitzer M., Mead N., Ariely D. Unable to Resist Temptation: How Self-Control Depletion Promotes Unethical Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2011, Vol. 115, pp. 191–203 [in English].
36. Gino F., Ariely D. The Dark Side of Creativity: Original Thinkers Can Be More Dishonest. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2011, Vol. 102(3), pp. 445–459 [in English].
37. Gino F., Ayal S., Ariely D. Contagion and Differentiation in Unethical Behavior: The Effects of One Bad Apple on the Barrel. *Psychological Science*, 2009, Vol. 20, No. 3, pp. 393–398 [in English].
38. Greenwald A.G. The Totalitarian Ego Fabrication and Revision of Personal History. *American Psychologist*, 1980, Vol. 35, No.7, pp. 603–618 [in English].
39. Haidt J. The Emotional Dog and Its Rationale Tail: A Social Intuitionist Approach to Moral Judgment. *Psychological Review*, 2001, Vol. 108, pp. 814–834 [in English].
40. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 1979, Vol. 47, No. 2, pp. 263–291 [in English].
41. Kahneman D., Tversky A. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, 1974, Vol. 185, No. 4157, pp. 1124–1131 [in English].
42. Kahneman D., Knetsch J.L., Thaler R. Fairness as a Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market. *The American Economic Review*, 1986, Vol. 76, pp. 728–741 [in English].
43. Kahneman D. Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics. *American Economics Review*, 2003, Vol. 93, pp. 1449–1475 [in English].
44. Khan U., Dhar R. Licensing Effect in Consumer Choice. *Journal of Marketing Research*, 2006, No. 43, pp. 259–266 [in English].
45. Kornet A. The Truth about Lying. *Psychology Today*, 1997, Vol. 30, Issue 3, pp. 53–57 [in English].
46. Mazar N., Amir O., Ariely D. The Dishonesty of Honest People: A Theory of Self-concept Maintenance. *Journal of Marketing Research*, 2008, Vol. XLV, pp. 633–644 [in English].
47. Mazar N., Ariely D. Dishonesty in Everyday Life and Its Policy Implications. *Journal of Public Policy and Marketing*, 2006, Vol. 25(1), pp. 1–21 [in English].
48. Messick D.M., Sentis K.P. Fairness and Preference. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1979, Vol. 15, pp. 418–434 [in English].
49. Monin B. Holier Than Me? Threatening Social Comparison in the Moral Domain. *International Review of Social Psychology*, 2007, No. 20, pp. 53–68 [in English].
50. Monin B., Jordan A.H. (2009). The Dynamic Moral Self: A Social Psychological Perspective in *Moral Self, Identity and Character: Prospects for a New Field of Study*. D. Narvaez & D. Lapsley (Eds.). Cambridge University Press, 2009 [in English].
51. Moore D.A., Loewenstein G. Self-interest, Automaticity, and the Psychology of Conflict of Interest. *Social Justice Research*, 2004, Vol. 17(2), pp. 189–202 [in English].
52. Moore C., Tenbrunsel A.E. Just Think About It? Cognitive Complexity and Moral Choice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2014, Vol. 123(2), pp. 138–149 [in English].
53. Nucci L., Turiel E. Social Interactions and the Development of Social Concepts in Preschool Children. *Child Development*, 1978, Vol. 49, pp. 400–407 [in English].

54. Oppenheimer D. The Secret Life of Fluency. *Trends in Cognitive Sciences*, 2008, Vol. 12, No. 6, pp. 237–241 [in English].
55. Rabin M. (1993). Incorporating Fairness into Game Theory and Economics. *The American Economic Review*, 1993, Vol. 83, No.5, pp. 1281–1302 [in English].
56. Schweitzer M., Hsee C. Stretching the Truth: Elastic Justification and Motivated Communication of Uncertain Information. *The Journal of Risk and Uncertainty*, 2002, Vol. 25(2), pp. 185–201 [in English].
57. Sent E.-M. Behavioral Economics: How Psychology Made Its (Limited) Way Back into Economics. *History of Political Economy*, 2004, Vol. 36, no. 4, pp. 735–760 [in English].
58. Shalvi S., Dana J., Handgraaf M.J., De Dreu C.K. Justified Ethicality: Observing Desired Counterfactuals Modifies Ethical Perceptions and Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2011, Vol. 115 (2), pp. 181–190 [in English].
59. Shiv B., Fedorikhin A. Heart and Mind in Conflict: The Interplay of Affect and Cognition in Consumer Decision Making. *The Journal of Consumer Research*, 1999, Vol. 26, No. 3, pp. 278–292 [in English].
60. Snyder M.L., Kleck R.E., Strenta A., Mentzer S.J. Avoidance of the Handicapped: an Attributional Ambiguity Analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1979, Vol. 37(12), pp. 2297–2306 [in English].
61. Sunstein C., Thaler R. Libertarian Paternalism Is Not Oxymoron. *University of Chicago Law Review*, 2003, Vol. 70, No. 4, pp. 1159–1202 [in English].
62. Stanovich K.E., West R.F. Individual Differences in Reasoning: Implications for the Rationality Debate. *Behavioral and Brain Sciences*, 2000, Vol. 23, pp. 645–665 [in English].
63. Thevenot L. Rules and Implements: Investment in Forms. *Social Science Information*, 1984, Vol. 23, No. 1, pp. 1–45 [in English].
64. Turner J.C. Social Categorization and the Self-Concept: A Social Cognitive Theory of Group Behavior in *Advances in Group Processes*, Vol. 2, ed. E. J. Lawler, pp. 77–121. Greenwich, CT, JAI Press, 1985 [in English].
65. Tversky A. Intransitivity of Preferences. *Psychological Review*, 1969, Vol. 76, pp. 31–48 [in English].

V.V. Chashchin\*

#### BEHAVIORAL ECONOMICS ABOUT ECONOMIC OPPORTUNISM: VARIABILITY OF CONCEPTUAL PROVISIONS

Behavioral economics claims overall reconsideration of the decision theory. The concept of an economic agent's rationality is a subject of complex rethinking simultaneously with the hypothesis of opportunism. It becomes clear that unscrupulous actions are irrational as a rule. On the one hand, the attention of researchers is concentrated on motivation and regulatory potential of morality. On the other hand, they use approaches that are more general to explain the nature of the deception, taking into account the structure of social and cognitive contexts of cooperation. This work is devoted to the analysis of the main provisions of these concepts.

**Key words:** irrationality, ethical dissonance, bounded morality, social contexts, heuristics and biases, economic opportunism.

Статья поступила в редакцию 04/VIII/2015.

The article received 04/VIII/2015.

---

\* Chashchin Vladimir Vladimirovich (rector@uifr.ru), rector, Ural Institute of Stock Market, 35, Sibirsky Tract, Yekaterinburg, 620100, Russian Federation.