

**А.Д. КАРНЫШЕВ**

доктор психологических наук, профессор,  
зав.кафедрой социальной и экономической  
психологии БГУЭП  
г. Иркутск

## ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ КРИТЕРИИ РАЦИОНАЛЬНОСТИ/НЕРАЦИОНАЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

*Аннотация:* В статье показывается излишняя категоричность мнения о том, что экономическое поведение по большому счету детерминирует рациональность как стремление к максимизации прибыли и минимизации потерь. Среди межкультурных и этнокультурных факторов, стимулирующих экономическое мышление и поведение, встречаются национальные нормы, традиции, стереотипы, которые бесконечно разнообразят запросы, поступки и действия человека в экономической сфере.

*Ключевые слова:* рационализация, рациональность / иррациональность, сатисфакция, этнические и этнокультурные факторы экономики.

*Summary:* The excessive categoriality of opinion that the economic behaviour by and large determines rationality as aspiration to maximization of the profit and minimization of losses is shown in article. Among intercultural and ethno cultural the factors stimulating economic thinking and behaviour, there are national norms, traditions, stereotypes which indefinitely diversify searches, acts and actions of the person in economic sphere.

*Keywords:* rationalization, rationality / irrationality, satisfaction, ethnic and ethno cultural factors of economy.

Слова рациональный, рациональность, если брать во внимание их исходное значение (лат. *rationalis* – разумно обоснованный, целесообразный), в контексте различных жизненных ситуаций выступают в качестве понятий с весьма широким и меняющимся в зависимости от обстоятельств смыслом. Рациональность, как детерминанта экономического поведения и мышления человека и групп, очень часто становилась в центр внимания экономистов. Оно в не меньшей степени интересовало и экономистов, и психологов. Причем в истории современной экономической науки знаменательны следующие факты: две Нобелевских премии, присужденных ученым – психологам, являются, во-первых, премиями в области экономической науки, а, во-вторых, они вручены им за исследования именно проблемы иррациональности экономического поведения. Эти факты акцентируют исследовательские усилия на проблеме рациональности / иррациональности

экономического поведения, тем более, что критерием их различия и разделения очень часто служит этнический фактор.

Рассматривая проблему рациональности в этнопсихологическом плане, сразу оговорим одно обстоятельство. Термин «рациональность» в научном конкретном своём варианте чаще всего связан с экономическими исследованиями. В них рациональность в большинстве случаев означает максимизацию данной (любой) целевой функции при существующих ограничениях. Человек стремится в своих выборах получить максимум выгоды, пользы, удовольствия от услуг – вот суть рационального поведения в экономике. Это, так сказать, кредо «*Homo ecomomiks*» – человека экономического.

Между тем придание сочетанию «рациональное поведение» и его инвариантам какой-то однозначной трактовки вряд ли целесообразно. Это с одной стороны. С другой стороны, возведение принципа рацио-

нальности в качестве основного объяснения особенностей экономического поведения людей также вряд ли обоснованно. Мыслящие люди с давних пор противились этому. В частности, М. Вебер отмечал, что невозможность объяснить действия и поступки людей чисто экономическими мотивами вела к двум последствиям. Во-первых, экономисты объявляли все другие детерминанты «незначительными в научном смысле». Во-вторых, наблюдалось стремление исследователей расширить понятие экономического до таких пределов, когда все человеческие интересы сводились к ним: «Если исторически установлено, что реакция на две в экономическом отношении одинаковые ситуации была тем не менее различной из-за политических, религиозных, климатических и множества других неэкономических детерминантов, то для сохранения превосходства экономического фактора все остальные моменты сводятся к исторически случайным «условиям», в которых экономические мотивы действуют в качестве «причин» (3, с.560). Оба «приёма» являются своего рода проявлениями экономической рациональности.

Особо известен вклад в критику концепций рациональности в принятии решений экономическими организациями Г. Саймона – Нобелевского лауреата 1978 года, который уже в 1947 году очертил контуры концепции «ограниченной рациональности». Долгое время экономисты предполагали, что фирма действует рационально, стремясь к достижению своей главной цели – получению максимума прибыли. Саймон, напротив, говорит о фирме, как о сложной организации, решения в которой принимаются ее членами коллективно. Как следствие, они далеко не всегда рациональны, ибо несут отпечаток личной заинтересованности членов фирмы и их неспособности предвидеть в полной мере последствия принимаемых решений. Истинная цель фирмы состоит не в максимизации прибыли, а в нахождении приемлемых для всех ее членов решений.

Г. Саймон ввел в научный обиход новое понятие «сатисфакция». Под сатисфакцией понимается ориентация поведения не на максимизацию той или иной функции, а лишь на достижение ею значения, превышающего некий «удовлетворительный» уровень. Это понятие, которое существенно дополнило классические представления о целях экономического поведения, нашло широкое применение в теории фирмы и при решении многих экономических задач. Здесь можно сделать следующее дополнение. Если рассматривать этническую группу (особенно локальную) в ее формальных показателях (цели, структура, система санкций и т.п.) как аналог фирмы, крупной корпорации, то можно с

достаточной степенью уверенности говорить, что феномены ограниченной рациональности и сатисфакции вполне характерны и для нее.

Против стремления социологов и экономистов свести все мотивы и действия индивидов только к интересам классов и рациональным размышлениям в свое время выступал и С. Московичи. Он, в частности, отмечал, что они «забывают о том, что люди часто действуют наперекор своим так называемым интересам. Как, например, сыновья буржуа и дворян восстают против привилегий их класса, а сыновья рабочих и крестьян защищают свои цепи и своих угнетателей. Законы общества – это не законы рынка, даже если рынок охватывает все общество. Стремиться освободить экономику от власти установлений и верований – значит лишить ее идей и ценностей, свести к тупому механизму. Однако очевидно, что философские или религиозные представления определяют наши интересы, то, что нам полезно или вредно, что делает нас счастливыми или несчастными. Одним словом, экономические принципы детерминируются мощными интеллектуальными и моральными течениями» (8, с.62).

В психологии понятие рациональности поливариантно как по своему значению, так и по возможным последствиям своих проявлений. Это признаёт и та, и другая сторона. Экономист В. С. Автономов в книге «Очерки экономической антропологии» пишет: «главное отличие концепции человека в различных направлениях психологии, с одной стороны, и модели экономического человека – с другой, заключается в том, что, психологи, в отличие от экономистов, определяют человеческое поведение не рациональностью, а чем-то иным: для бихевиориста – механизмом подкрепления данного варианта поведения, для фрейдиста – подсознательной мотивацией, для психологии развития – стадией когнитивного развития индивида, для социального психолога – социальным контекстом и его индивидуальным восприятием. Даже представители когнитивной психологии, стоящие в данном аспекте ближе всего к экономистам, подчёркивают влияние на поведение индивида специфических особенностей, которыми характеризуется его механизм обработки информации» (10, с.27-28).

Ещё более определённой выражает данную мысль психолог Спасенников в книге «Экономическая психология»: «Для экономистов субъект, не максимизирующий собственную выгоду, ведёт себя нерационально и должен быть исключён из анализа как некоторая аномалия. Психологи обращают в этом случае внимание

на два момента: во-первых, под рациональным следует понимать не только направленность действия, но и сам механизм принятия решения. Иначе говоря, если для экономистов субъект всегда рассчитывает варианты выбора, то для психологов рациональное рассуждение есть лишь один из вариантов принятия решения, которое может приниматься также на основе привычки, эмоций и т.д. Но даже если вариант просчитан, и это, во-вторых, то совершенно необязательно будет выбран максимально выгодный вариант. Психологи справедливо обращают внимание на распространённость такого явления, как «экономический альтруизм», наглядным проявлением которого служит благотворительность» (14, с.156).

Можно сказать, что в последнем случае выстраивается специфическая «рациональность», цель которой – не максимизация прибыли, а оптимальная польза общества. В истории известны меценатские поступки передачи средств нуждающимся многих русских купцов, особенно из среды старообрядчества. С начала 21-го века в мире много обсуждались примеры западных миллиардеров Б. Гейтса и У. Баффета, которые значительную часть своих капиталов направили на социальные нужды. В начале 2010 года о таком же желании заявил владелец холдинга «Интеррос» В. Потанин, сказав, что не хочет передавать свое состояние в 2,1 млрд.долл. по наследству детям. «Мой капитал должен пойти на благо обществу и послужить социальным целям, – пояснил предприниматель. Мои дети растут, их папа миллиардер и известный человек. Во-первых, они находятся в моей тени, а, во-вторых, какая у них будет мотивация добиваться чего-то в жизни» (см. «Коммерсантъ», 4.02.2010). Можно лишь добавить, что такие нравственно-экономические инновации российских олигархов весьма значимы для общества.

Для психологов проблема рациональности-нерациональности усугубляется тем, что в их профессиональном языке существует термин рационализация с опять-таки неоднозначным значением.

1. Рационализация – бессознательное стремление к рациональному обоснованию и объяснению своих идей и поведения, даже когда они иррациональны.

2. Рационализация – один из защитных механизмов. Обеспечивает маскировку, сокрытие от сознания истинных мыслей, чувств и мотивов действий и тем самым – формулировку более приемлемых объяснений собственного поведения, обеспечения состояния внутреннего комфорта (кстати, в этом ключе журналисты пытаются объяснить некоторые отмеченные выше на-

мерения В. Потанина).

Полизначность понятия рациональность и слов его производящих (им производимых) естественно многократно увеличивается, если данный термин в своём непосредственном звучании или в переводных вариантах используется в национальных языках разных народов. Точнее сказать, каждый народ использует данное понятие применительно даже к ситуациям «подобия» в своём специфическом значении. Просто это можно выразить следующим образом: **то, что рационально для представителя одного этноса, может быть совершенно нерациональным для его партнёров (тем более оппонентов) из других этнических групп.** Мы делаем попытку проиллюстрировать эту мысль как на основе «межгрупповых» национальных различий, так и в зависимости от некоторых этнических особенностей. Сделаем это с использованием психолого-экономических примеров (но не только их).

То, что рациональность / нерациональность является одним из компонентов расового или этногеографического экономического мышления, многие десятилетия признаётся большинством экономистов, а сегодня не подвергается сомнению и экономическими психологами. Причём при типологии экономического мышления даже экономисты признают необходимость учёта его этнического своеобразия. Профессор Ю. Ольсевич, к примеру, выделяет четыре расширенных типа экономического мышления в соответствии с различным состоянием наций.

«Экономически сильные нации с относительно слабыми общенациональными традициями базируют своё мышление на индивидуализме и чисто рыночных принципах. Внутренний рынок образует главную связующую ткань таких наций, а экономический либерализм приносит им огромную выгоду на мировом рынке. К их числу относятся США, Канада, Австралия.

Совсем иную группу экономически сильных наций составляют страны Западной Европы и Япония. Здесь глубоки общенациональные традиции и вообще национальная общность, поэтому экономическое мышление является не индивидуалистическим, и институциональным, прежде всего социальным, что наиболее отвечает национальным интересам.

Третья группа включает экономически слабые (или существенно ослабленные) нации с глубокими общенациональными связями. Для мышления этих стран было бы естественно предположить в качестве непосредственного исходного приоритета общенациональный интерес. Это и имеет место, например, в Индии, Китае.

Наконец, четвёртая группа – не сформировавшиеся нации со слабой экономикой. Здесь вообще отсутствует самостоятельное экономическое мышление, а есть лишь более или менее пёстрое ассорти зарубежных воззрений, выражающее не общенациональное, а групповые интересы» (9, с.127).

Приведённая дифференциация стран позволяет перекинуть логические мостики от анализа общего феномена – экономическое мышление, к его органическому компоненту – рациональности, а затем и к этническим детерминантам иррационального экономического поведения.

Одним из самых веских аргументов в доказательство полной утраты рациональности не только отдельными индивидами и социальными группами, но и даже большими национальными общностями является рассказ о финансовых иллюзиях людей. Чарльз Маккей написал в 1841 году знаменательную книгу «Наиболее распространённые заблуждения и безумства толпы», в которой среди многих пороков большое внимание уделил распространённости таких «безумств», как финансовые «дутые предприятия». В предисловии к изданию книги в 1852 году утверждалось: «Некоторые мании, несмотря на их дурную славу во всем мире, существовали веками, обильно процветая как среди цивилизованных и развитых народов, так и древних варваров, от которых они произошли (...). И опять же зачастую причиной массовых психозов были деньги. Рассудительные нации однажды становились отчаянными игроками и рисковали чуть ли не своим существованием ради прибыли от клочка бумаги. Цель этой книги – проследить историю наиболее известных из этих психозов. Люди, как некто удачно выразился, мыслят стадом; вы узнаете, что стадом же они сходят с ума, а в сознание приходят медленно и по одиночке» (7, с.15). Но как бы рациональные мыслители не предупреждали людей, иррациональные «безумства» в виде финансовых пирамид и других аналогичных «акций» и в настоящее время руководят экономическим поведением многих индивидов.

Но психозы и безумства, овладевающие массовым этническим сознанием, достаточно исключительное явление. Есть более существенные характеристики национальных групп, которые закономерно ложатся в основу так называемой «иррациональности», или, наоборот, определяют этническую рациональность суждений. Наиболее значимым этнопсихологическим фактором, предопределяющим особенности рационального мышления, издревле выступает индивидуалистический или коллективистический характер менталитета

народов. При этом водоразделом данных типов мировоззрения выступают, по мнению многих учёных, народы Запада и Востока, в связи с особенностями своих давних традиций и влиянием современных экономических, религиозных и иных детерминант. Считается, что индивидуализм остаётся отличительной чертой Запада и в цивилизациях XX века. В одном исследовании, которое использовало данные об одинаковых группах населения в 50 странах, 20, где показатель индивидуализма оказался наивысшим, включали в себя 19 западных стран, участвовавших в выборке. Другое межстрановое исследование индивидуализма и коллективизма в такой же степени выявило доминирование индивидуализма на Западе в сравнении с преобладающим повсеместно коллективизмом. Это привело к выводу, что «ценности, наиболее важные на Западе, являются наименее важными во всём остальном мире» (см.15, с.87).

Рационализм индивидуалиста чаще всего отличается своим выраженным эгоизмом. Интересы и потребности своего «я» преобладают над всеми другими, подстраивая под это и логику мышления. Характерным примером служит полусутоливая заметка одного из американских математиков по вопросу о том, что такое логика. Суть заметки следующая. «Мы сидим с женой в ресторане. Официант приносит пирог с рыбой, разделённый на два куса – больший и меньший, и предлагает мне выбор. Я беру больший кусок, размышляя при этом: «Моя жена любит меня. И она знает, что я люблю пирог с рыбой. А это значит, что она хочет, чтобы я взял больший кусок пирога».

То, что рационально мыслящий индивидуалист обычно настроен на больший кусок пирога и в других сферах жизнедеятельности, вряд ли у кого вызывает сомнения. При этом, действуя в экономических структурах, он нередко в подобном мышлении может прийти к нарушению «рациональных» интересов организации.

В индивидуалистических культурах, где личность не приучена к коллективной ответственности за результаты своего труда принципы «максимизации выгоды» или «минимизации потерь» (прежде всего своих собственных!) может привести к эффекту оппортунистического поведения, т.е. к поведению, при котором человек надеется не растративать свою энергию и силы, надеясь на трудозатраты других. Это получает особую возможность на крупных производствах, особенно там, где организационные роли регламентированы не жёстко. «...Если группа велика, то или участник сознаёт, что его личное участие или неучастие общей картины

существенно не изменит. Поэтому, поддерживая идею организации в целом, он склонен сэкономить свои ресурсы и «выехать» за счёт других. Соблазн «безбилетного проезда» очевиден, и проблема «безбилетника» становится камнем преткновения. **Причём важно то, что она порождается не ошибочными расчётами или отсутствием информации, а напротив, сугубо рациональными установками индивидов»** (12, с. 145. Выделено мной, А.К.).

Оценка рациональности / нерациональности многих поступков и действий будет зависеть от своеобразия этнического менталитета и прежде всего тех ценностей, которые преобладают в данном обществе. Данный момент можно показать на примере решения одной моральной проблемы студентами разных стран. Вот эта проблема: «Представь, что ты отправился на лодочную прогулку по озеру, взяв с собой мать, жену и ребёнка. На середине озера лодка начала тонуть. Плавать умеешь только ты и спасти способен только одного человека. Кого ты выберешь?» Так вот, среди студентов одного американского колледжа, которым предложили эту проблему, 60% решили спасти ребёнка и 40% - жену. Никому в голову не пришла мысль спасти мать. Такой ответ вытекает из системы моральных ценностей, принятой в Европе и США, и в корне отличающейся от этики некоторых народов Азии и Ближнего Востока. Эту этику иллюстрирует ответ, данный на тот же вопрос студентом – арабом: «Можно жениться на другой женщине, можно дождаться других детей, но мать – всегда только одна, следовательно, спасти надо её».

Существует немало примеров этнического и одновременно социально-экономического характера, в которых соотношение рациональности – нерациональности – размыто, и трудно определить, где начинается одно и кончается другое. Так, в примитивных обществах на Тихоокеанских островах основой общественной жизни является дарение подарков, и социальный статус человека определяется тем, сколько он может дать другим. Он работает и собирает все свои средства для того, чтобы, например, устроить званый пир. Те, кого он приглашает, желают ответить тем же; они тоже работают ради того, чтобы потом созвать гостей. Таким образом, обогащается каждый. Вместо того, чтобы работать на себя, они работают друг на друга, и все общество процветает. На подарки тут же отвечают подарками той же ценности. Иногда подарки принимаются только при условии ответного подарка, обычно более ценного. Это, в свою очередь, становится основой для следующего обмена подарками. Можно сказать, что люди дарят в ответ и получают прибыль. Это выгодно всем.

Аналогичные обычаи, только, конечно, не в таких крайних вариантах (жизнь за счёт подарков) встречаются у многих аборигенов Сибири. Здесь также родственники в дни рождения и праздники дарят статусные подарки, и соответствующие «отдарки» в будущем должны учитывать этот момент. Между тем, если тот, кому предназначены подарки, молод или «беден, но порядочен», дарение может даже не предполагать возвращение хотя бы части «переданного». И тогда в обычае наблюдается сочетание рационального и иррационального.

Каждый из решающих проблему по - своему рационален, и попытаться подвести их разумность под один общий знаменатель – бесперспективное занятие. Нецелесообразно надеяться на однозначность моделей принятия людьми решения и в других сферах деятельности человека, в частности, в экономической. Как считает А. В. Карпов, рациональная теория принятия решений «предполагает рационально действующего субъекта, принимающего всегда разумные, оптимальные решения, не подверженного сомнениям, лишённого эмоций, не склонного к предрассудкам и предубеждениям, не подвластного влиянию окружающих. Иначе говоря, такая теория отвлекается от психологических особенностей субъектов, принимающих решения» (12, с.172-173). Не трудно понять, что названные и другие особенности субъектов рационального решения своеобразно варьируются у представителей разных этносов.

На своеобразии этнической рациональности / нерациональности срабатывает фактор, который весьма условно можно назвать «уровнем культуры потребления» и которому можно и нужно учиться. Т.Скитовски в статье «Суверенитет и рациональность потребителя» пишет по этому поводу: «Американская традиция пуританства и преувеличенная вера в рациональность потребителя объясняют, почему мы так отстали от европейских стран в понимании необходимости образовывать публику и стимулировать ее к большему наслаждению жизнью. Короче, **даже самая лучшая модель рыночной экономики не может обеспечить потребителя лучшей жизнью, чем он заслуживает по своим знаниям и культуре**. Поэтому научить потребителя предъявлять запросы просвещенного человека так же важно, как просто удовлетворять его требования» (13, с.375). Подчеркивая высказанную идею об обучении «просвещенного потребителя», дополним ее мыслью о том, что человек с такими характеристиками просвещенности (а тем более тот, кто обеспечивает удовлетворение «разумных» потребностей) может и должен понимать своеобразии запросов своего этнического «собрата» из дру-

гой страны, с иной культурой и т.п. И это будет одной из важных основ их сотрудничества и толерантности.

Обобщая приведенные факты, а также некоторые размышления о причинах своеобразия экономического поведения, приведем детерминанты и проявления иррациональности в этнических группах:

- традиции, которых члены этнической группы придерживаются и которые идут вразрез конъюнктурной экономической политике властей или бизнесменов,

- существующая в этносе степень влияния на человека семейных, родственных и клановых отношений,

- неоднозначность критериев выгоды и утраты в материальных благах, т.е. специфика этнических ценностей, под которые, бесспорно, можно подвести характер изменения богатства или бедности, доказать однозначно рациональность принятого решения;

- свои стандарты и приемы максимизации – минимизации в разных сферах этнического бизнеса (весьма рационален продавец риса, когда он продает рис в кружке с дном вогнутым, а получает в кружке с дном выпуклым),

- индивидуализм или коллективизм этнического сознания, приводящий к:

- определенному уровню альтруизма,
- специфике механизмов принятия решения,
- проявлениям оппортунистического поведения,

- особенности логики, определяемые, к примеру, восточной и западной философией,

- эффект потребностного «насыщения»,

- уровень транзитивности (постоянства) традиций и ценностей и критериев оценок (древние идеи Конфуция для многих его адептов срабатывают и сегодня),

- отношение к риску (стандарты риска),

- традиции конкуренции («жесткая» и «мягкая» конкуренция),

- этническая самооценка, связанная с уровнем агрессивности в условиях экономической конкуренции или «скромности».

Разнообразие этнокультурных объективных и субъективных реалий, которые могут выступить критериями рациональности / нерациональности в экономическом мышлении и поведении людей подтверждает уже приведенное положение о том, что рациональность как максимизация прибыли является лишь одним из его (поведения) вариантов мотивации.

## Литература

1. Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. – СПб.: Высшая школа экономики, 1998. – 312с.
2. Бурменко Т.Д. Домохозяйство как объект исследования экономической психологии / Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: материалы десятой юбилейной междунар. науч.-практ. конф. / под ред. А.Д.Карнышева. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009. – с.52-60.
3. Вебер М. «Объективность» познания в области социальных наук и социальной политики / Культурология XX век: Антология – М.: Юрист, 1995. – с.557-603.
4. Винокуров М.А., Карнышев А.Д. Введение в экономическую этнопсихологию. - Иркутск: ИГЭА, 2007. - 434 с.
5. Карнышев А.Д., Винокуров М.А., Трофимова Е.Л. Межэтническое взаимодействие и межкультурная компетентность. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009. – 310с.
6. Карнышев А.Д., Помуран Н.Н. Этнопсихология старообрядчества. – Иркутск: БГУЭП, 2004. – 167с.
7. Маккей Ч. Наиболее распространенные заблуждения и безумства толпы. – М.: Альпина, 1998. – 333с.
8. Московичи С. Как создаются боги // Психологическое обозрение. – 1997. - №2 (5). – с.54-64.
9. Ольсевич Ю. О национальном экономическом мышлении // Вопросы экономики. – 1996. - №9. – с.117-130.
10. Очерки экономической антропологии. – М.: Наука, 1999. – 127с.
11. Полякова Н.В. Экономическое поведение. – Иркутск: Изд-во ИГЭА, 1998. – 236с.
12. Радаев В. – О роли насилия в российских деловых отношениях // Вопросы экономики. 1998. №10. с.81-100.
13. Скитовски Т. Суверенитет и рациональность потребителя // Теория потребительского поведения и спроса. – СПб: Экономическая школа, 1993. – с.370-377.
14. Спасенников В.В. Экономическая психология. Учебное пособие. – М.: ПЕРСЭ, 2003. – 448с.
15. Хантингтон Сэмюэл П. Запад уникален, но не универсален. – Мировая экономика и международные отношения. – 1997. - №8. – с.84-93.