

Joanna Cieśla, 3 lutego 2015

Ekonomia emocji

Prof. Tomasz Zaleśkiewicz o tym, dlaczego psychologia jest potrzebna, by zrozumieć zachowania człowieka na rynku.

Artykuł dostępny tylko dla abonentów Polityki Cyfrowej

Joanna Cieśla: – Czy najpierw psychologowie zainteresowali się ekonomią, czy też ekonomiści psychologią?

Prof. Tomasz Zaleśkiewicz: – Psychologia jest dość młodą nauką. Młodsza od ekonomii. Zatem nie miała szansy jej wyprzedzić. Ale już np. Zygmunt Freud pisał o symbolicznej naturze pieniędzy. Zwracał uwagę, że pewne problemy związane z rozwojem dziecka mogą później skutkować w nadmiernej chciwości czy skąpstwie.

Ekonomia zainteresowała się psychologią wcześniej. Początki ekonomii wiąże się m.in. z XVIII-wiecznym filozofem Adamem Smithem, a nie ulega wątpliwości, że miał on bardzo dobrą intuicję psychologiczną, podobnie jak inni przedstawiciele szkockiej szkoły filozoficznej. Wystarczy wspomnieć Davida Hume'a, który sporo mówił o doświadczeniu i emocjach – że są podstawą formułowania sądów, podejmowania decyzji. Smith myślał podobnie. Ekonomiści chętnie odwołują się do jego wydanej w 1776 r. pracy „Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów”, w której pisze, że to dbałość o własny interes, czyli egoizm każdego z uczestników rynku, jest kluczem do tego, by rynek dobrze działał. A w 1759 r. Smith napisał świetną „Teorię uczuć moralnych”, która tak naprawdę jest książką o emocjach i psychologii. Ekonomiści jednak jakoś o niej zapomnieli – przyjęli aksjomat o racjonalności ludzi, nie zajmując się zbytnio tym, że w realnym świecie bardzo rzadko postępujemy całkowicie racjonalnie. A Smitha okrzyknęli ojcem tak rozumianej ekonomii i ekonomicznego liberalizmu.

Ekonomia: racjonalność, psychologia: emocje

Dlaczego myśl Smitha potraktowano tak wybiórczo? Skąd pomysł, że można zrozumieć, jak funkcjonuje rynek, bez refleksji nad tym, jak funkcjonuje człowiek, który go tworzy? Bo ekonomia, gdy zaczęła się już kształtować jako niezależna nauka, bardzo mocno skrzyła w kierunku budowania teorii i modeli normatywnych.

Czyli jakich?

Nauki normatywne ustalają, jak powinna wyglądać idealna rzeczywistość, i budują teorie na pewnych założeniach, aksjomatach. Ekonomiści mieli ambicje, aby uczynić swoją dziedzinę nauką ścisłą, bo w ten sposób szybciej miała szansę zyskać uznanie jako część nauki w ogóle. Mam wrażenie, że psychologizowanie było im po prostu nie na rękę. W XX w. ekonomia mocno się zmatematyzowała. Dziś zakłada, że ludzie powinni się zachowywać w zgodzie z jej teoriami,

a jeśli tego nie robią, to konkluduje, że nie są racjonalni. Psychologia natomiast, która jest nauką deskryptywną, obserwuje, co robią ludzie, i próbuje te obserwacje uogólniać. To fundamentalna różnica podejść.

Ale udało się te podejścia połączyć, skoro powstała psychologia ekonomiczna. Czym ona się zajmuje?

Kiedy my, psychologowie, badamy zachowanie ludzi – na przykład to, w jaki sposób podejmują decyzje – to robimy eksperyment. Dajemy uczestnikom zadania i widzimy: o, tu kierują się emocjami i to przynosi im skutki inne niż oczekiwane, prawdopodobnie popełniają błąd. Skoro mówimy o błędzie, to powinniśmy wiedzieć, co by było, gdyby błędu nie popełniali. Czyli – jak mógłby funkcjonować idealny rynek. A to pokazuje ekonomia. Weźmy jedno z jej podstawowych praw – popytu i podaży. Ono bardzo czytelnie tłumaczy, w jaki sposób kształtują się ceny. To, że w pewnych warunkach reguła ta może się nie sprawdzać – na przykład rośnie popyt, ale cena nie rośnie – nie znaczy, że w ogóle nie ma ono sensu. Możemy się do niego odwołać, porównywać z tym to, co obserwujemy. Tym właśnie zajmuje się psychologia ekonomiczna. Przenikanie się dziedzin obserwowane w ostatnich 10–15 latach wpisuje się w ogólniejszą tendencję: cała nauka staje się coraz bardziej interdyscyplinarna.

Czy w tej chwili ktoś jeszcze pisze tak, jak w poradnikach dla inwestorów z lat 90., żeby przy decyzjach finansowych wyłączyć emocje?

Ludzie, którzy działają na rynkach finansowych, cały czas w ten sposób myślą, bo chyba każdy podjął nietrafne decyzje, działając pod wpływem emocji. Z jednej strony one z pewnością mogą zaburzać racjonalne myślenie. Z drugiej – nie możemy udawać, że nie przeżywamy emocji. Gdyby one tylko upośledzały nasze działanie, to prędzej czy później w procesie ewolucji zostałyby wyeliminowane.

Niekiedy mogą wręcz stanowić wskazówkę, jak działać, zanim świadomie przeanalizujemy sytuację.

W psychologii zauważono, że emocje mają wartość informacyjną – podpowiadają nam, czy funkcjonujemy w otoczeniu, które jest dla nas przyjazne. Także na giełdzie mogą pomagać w podejmowaniu decyzji, na przykład uświadamiać, że ryzyko, które podejmujemy, jest zbyt wysokie. Oczywiście, problem z emocjami – jak ze wszystkim – jest wtedy, gdy jest ich zbyt dużo, są bardzo silne. Nie ma jednak sensu próbować się ich pozbyć, co zresztą nie jest możliwe, ale warto nauczyć się, jak odczytywać i wykorzystywać informacje dzięki nim zdobyte. Gdy próbujemy się od emocji oderwać, wypierać je, znów pojawia się kłopot. Dobrze pokazują to badania nad ludźmi w sytuacji zadłużenia, którzy przeżywają wiele negatywnych emocji naraz. Próbując je wypierać, zachowują się coraz bardziej nieracjonalnie.

To przecież paradoks.

Ale tak to działa. Emocją, która pojawia się wraz z problemami finansowymi, jest wstyd. Jest ona bardzo nieprzyjemna zwłaszcza we współczesnych społeczeństwach nastawionych na osiągnięcie sukcesów, w których nie można przyznawać się do błędów i trzeba demonstrować wysoką samoocenę. Ludzie próbują więc uciec od wstydu, udając, że nie mają długu. Unikają kontaktów z bankiem czy firmą windykacyjną – nie podejmują rozmowy i nawet nie odbierają korespondencji, bo nie chcą się przed sobą przyznać, że odczuwają wstyd. Tymczasem to naturalna reakcja. Trzeba ją przyjąć i powiedzieć: „Trudno, znalazłem się w ciężkiej sytuacji,

wstydę się”. Bo tak długo, jak długo skupiamy się na wypieraniu wstydu, nie jesteśmy w stanie działać racjonalnie. A racjonalne jest szukanie rozwiązania wspólnie z bankiem – zawarcie ugody, zmiana warunków spłacania kredytu.

Człowiek chyba w ogóle jest mniej racjonalny, niż mu się wydaje?

Czasem problem tkwi w niedoskonałości samego procesu myślenia. Ludzki umysł ma skłonność do wyciągania wniosków i podejmowania decyzji na podstawie danych, które niekiedy są przypadkowe. Często ma to sens, bo nie sposób nieustannie przetwarzać wszystkich wpływających do nas informacji. Ale takie wnioskowanie na skróty, w nauce zwane heurystycznym, może prowadzić do błędów. Amerykańscy badacze już trzydzieści lat temu zauważyli, że popełniają je nawet eksperci w swoich dziedzinach. Poprosili specjalistów od nieruchomości o wycenę wartości domu. Podzielili ich na dwie grupy – a każdej z nich podano inną cenę, której miał oczekiwać właściciel. Okazało się, że ci, których poinformowano o wyższej cenie, wyceniali dom jako bardziej wartościowy niż ci, którzy znali niższą. Ten rodzaj zniekształceń w przetwarzaniu wiadomości nazywano heurystyką kotwiczenia, gdyż podejmujący decyzję w jakimś sensie trzyma się otrzymanych danych. Możliwości błędzenia mamy oczywiście znacznie więcej.

Ekonomia: zawsze zarobić, psychologia: czasem stracić

Czym dla człowieka jest pieniądz? Psychologia przypisuje mu chyba dużo większe znaczenie niż ekonomia?

Rozbieżności w patrzeniu na pieniądz są symptomatyczne. Ekonomia myśli o nim bardzo instrumentalnie – mówi, że jest po prostu środkiem wymiany. Tymczasem eksperymenty w psychologii pokazują, że pieniądz ma duży potencjał symboliczny, że uniezależnił się od swoich znaczeń ekonomicznych. Dla sporej grupy ludzi celem samym w sobie staje się posiadanie pieniędzy. A ci, którzy o pieniądzach uczą i piszą, bywają postrzegani jak współcześni szamani, dysponenci wiedzy tajemnej. Wielu ekonomistów w historii już zwracało na to uwagę – na przykład John Kenneth Galbraith, doradca czterech amerykańskich prezydentów – ale ekonomiczny mainstream to ignorował. I prawdopodobnie zawsze tak będzie.

Idźmy dalej tropem różnic między ekonomią a psychologią. Ekonomia przyjmuje, że ludzie interesuje osiągnięcie jak największych zysków i minimalizowanie kosztów. Ale to przekonanie podważa przecież każda akcja charytatywna.

Ekonomia rzeczywiście zdecydowała się budować swoją refleksję na aksjomacie, że ludzie będą maksymalizować korzyści. I to prawda. Ale czasami się w ten sposób nie zachowują.

Wspomniany Adam Smith w „Teorii uczuć moralnych” pisze, że chociaż ludzie działający w biznesie chcą zarabiać pieniądze i wykorzystują wszystkie ku temu możliwości, w określonych sytuacjach są w stanie z tego zrezygnować, by spontanicznie działać na rzecz innych. To może być podyktowane bardzo różnymi motywami – niekoniecznie altruizmem. Czasami może chodzić o zachowanie poczucia własnej tożsamości – z tego powodu za zbyt niską stawkę ludzie pracują mniej efektywnie niż za darmo albo odrzucają zapłatę, jeśli uznają, że jest ona za niska. Gdybyśmy się trzymali ujęcia ekonomicznego, to wygląda to absurdalnie, bo wydaje się, że każdy woli dostać coś niż nic. Ale czasem, gdy ludziom się nie zapłaci, oni

inaczej definiują sytuację – myślą o niej w kategoriach relacji interpersonalnych (wyświadczam komuś przysługę), a nie relacji o charakterze biznesowym. Albo jeśli negocjują z kimś cenę, to nie targują się o każdą złotówkę, bo nie chcą wyjść na osobę nadmiernie chciwą.

Co psychologia ekonomiczna mówi o modnych ostatnio działaniach z dziedziny społecznej odpowiedzialności biznesu?

Biznes społecznie odpowiedzialny, zwany też CSR (z ang. *corporate social responsibility*), czyli uwzględniający społeczne i moralne skutki prowadzonej działalności, to rodzaj strategii wybieranej przez firmy z różnych, czasem – paradoksalnie – bardzo egoistycznych powodów. Jeśli o mnie chodzi, wierzę, że pojedyncze osoby – takie jak Bill Gates – mogą się zachowywać w sposób autentycznie odpowiedzialny, ale nie jestem do końca przekonany, że dotyczy to korporacji. Jeśli korporacje zaczynają w ten sposób działać – egoistycznie, bo dzięki temu konsumenci chętniej kupią ich produkty, więc jest to opłacalne – możemy wnosić, że w ostatecznym rozrachunku istotne jest, by zarabianie pieniędzy odbywało się w zgodzie z wartościami moralnymi czy etycznymi.

Co się dzieje w sytuacji, gdy wartości ekonomiczne kłócą się z etycznymi, czyli można zarobić dobrze, ale nieuczciwie?

Znów: w grę wchodzi emocje. Prowadziliśmy na ten temat badania wspólnie z prof. Tadeuszem Tyszką. Okazało się, że gdy złamanie normy moralnej budzi bardzo silne emocje negatywne – np. gdy chodzi o sprzedanie produktu, o którym wiadomo, że jest zepsuty czy szkodliwy dla zdrowia, producenci dość szybko decydują się na rezygnację z zarobku. Ale gdy w grę wchodzi zmiany technologiczne, podnoszące bezpieczeństwo pracowników, pracodawcy zastanawiają się dłużej. I często wybierają zarobek czy raczej – w tym przypadku – oszczędność. Transakcje, w których na pieniądze wymienia się wartości takie jak zdrowie czy życie, nazywane są transakcjami odrażającymi lub transakcjami tabu. Zwrócenie uwagi na ten obszar to też wkład psychologii ekonomicznej, wzbogaconej refleksją antropologiczną.

Ekonomia: przewidzieć, psychologia: przyjąć

A dlaczego emocje mają tak duże znaczenie także w skali makro? Zadowolenie konsumentów i ich ocena sytuacji ekonomicznej są ważne dla rzeczywistej sytuacji gospodarki.

Bo działa tu system sprzężeń zwrotnych czy samospełniających się proroctw. Jeśli ludzie mają dobre oczekiwania co do przyszłości, to więcej kupują, wydają pieniądze – a to wpływa na poziom rozwoju gospodarczego. Koło się zamyka.

W którymś momencie ta maszyna przestaje jednak funkcjonować. Kiedy dochodzi do punktu zwrotnego?

Wciąż trudno powiedzieć. Zmiany mogą się dokonywać w sposób nieoczekiwany, przypadkowy. W kontekście ostatniego kryzysu finansowego w świecie zachodnim dużo mówiono, że mało kto był w stanie przewidzieć rozwój sytuacji.

Kryzys pokazał bezradność ekonomii wobec tego, co faktycznie dzieje się na rynkach. Czy gdyby szerzej odwołać się do dorobku psychologii, wszystko mogłoby się potoczyć inaczej? Dziś wiemy, że na przebieg kryzysu wpłynęło wiele rozmaitych czynników. Oczywiście jeśli tkwimy cały czas w świecie zmatematyzowanych, sformalizowanych modeli ekonomicznych, to

możemy popaść w przekonanie, że wszystko jest przewidywalne. A nie jest. I nie należy oczekiwać, że posługując się teoriami psychologicznymi, będziemy nagle w stanie przewidzieć, co się stanie. Psychologia jest potrzebna bardziej do tego, żeby tę sytuację przyjąć, zrozumieć.

Czy kryzys stwarza dla psychologii ekonomicznej jakiś nowy kontekst?

Od wielu lat rośnie liczba badań, w których próbuje się ustalić, jak emocje wpływają na podejmowanie decyzji. To, że mamy do czynienia z takimi sytuacjami jak kryzys, pokazuje, że te badania rzeczywiście mają sens. Że ludzie działają pod wpływem emocji. Że to, co badamy, jest częścią realnego świata.

rozmawiała **Joanna Cieśla**

Prof. dr hab. Tomasz Zaleśkiewicz pracuje w wydziale zamiejscowym Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej we Wrocławiu. Prowadzi badania z dziedziny psychologii zachowań ekonomicznych. Jest autorem kilkudziesięciu publikacji na ten temat, m.in. podręcznika „Psychologia ekonomiczna”, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2011. Laureat stypendium naukowego POLITYKI w 2002 r.