

SAMUEL BOWLES, THE MORAL ECONOMY: WHY GOOD INCENTIVES ARE NO SUBSTITUTE FOR GOOD CITIZENS, YALE UNIVERSITY PRESS, 2016., 288 STR., ISBN-10: 0300163800, ISBN-13: 978-0300163803 - PRIKAZ KNJIGE/ / BOOK REVIEW

Zamijetivši sumnjivo velik broj bolovanja, bostonski vatrogasni načelnik ukinuo je politiku neograničenih plaćenih bolovanja ograničivši njihov broj na petnaest. Vatrogasci su odgovorili deseterostrukim povećanjem bolovanja na Božić i Novu godinu, a u idućoj godini broj dana bolovanja povećao se na 13.431, s prethodnih 6.432. U Haifi je u šest dječjih vrtića uvedena politika naplaćivanja kazne roditeljima koji ne dolaze na vrijeme po svoju djecu. Nakon pet tjedana broj kašnjenja se udvostručio, nagnavši upravu da ukine penale, no kašnjenje se nije znatnije smanjilo.

Ovo su neki od problema na koje pokušava odgovoriti Samuel Bowles, profesor ekonomije i voditelj Programa bihevioralnih znanosti na Institutu Santa Fe. Njegov je cilj objasniti mehanizme iza navedenih događaja, koji će omogućiti zakonodavcu donošenje učinkovitijih pravila, kroz dekonstrukciju standardne slike čovjeka kao *Homo economicusa* kao najčešćeg modela u kreiranju zakona, politika pa i organizacija. U tom pothvatu kreće od početaka političke filozofije i Aristotelove tvrdnje da zakonodavci stvaraju dobre građane usadivanjem navika, a to je odlika koja razlikuje dobar ustav od lošeg. Pomak od dobrih navika k lošima i sebičnim ljudima počinje s Machiavellijevim viđenjem zakona kao sredstva koje pruža poticaje i ograničenja sebičnog interesa usmjeravajući ga javnim ciljevima, istodobno održavajući dobre običaje na kojima počiva djelotvornost zakona. Konceptija uređivanja institucija vladavine prema čovjeku kao varalici jača s Humeom te postupno postaje ekonomska doktrina. Posljedica tog nasljeđa očituje se u pogrešnoj samorazumljivosti odvajanja moralnih osjećaja i materijalnih interesa. Bowles smatra da takav model dovodi do toga da "Good institutions displaced good citizens as the sine qua non of good government. In the economy, prices would do the work of morals" (str. 25.), objašnjavajući da glavna tržišta moderne ekonomije funkcioniraju u uvjetima nepotpunih ugovora zato što društvene norme i moralna pravila osiguravaju njihovo funkcioniranje.

Mehanizam iza porasta bolovanja vatrogasaca u Bostonu i povećanog kašnjenja roditelja u Haifi krije se u istiskivanju (*crowding out*) moralnih vrijednosti kroz materijalne poticaje (*incentives*) u uvjetima njihove neodvojivosti. Neodvojivost znači da prisutnost ili opseg poticaja utječe na doživljaj vrijednosti, mijenjajući ga neovisno o socijalnim preferencijama koje inače funkcioniraju komplementarno s poticajima. U prijevodu, iako je većina roditelja svjesna važnosti nekašnjenja, poticaj uveden sankcioniranjem umanjio je značaj vrijednosti stavljanjem cijene na kašnjenje. Bowles navodi sličan eksperiment iz teorije igara o zajedničkim resursima

* Toni Pranić, predavač na Katedri pravno-teorijskih znanosti, Pravi fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Stjepana Radića 13, 31000 Osijek, Republika Hrvatska. Adresa e-pošte: tpranic@pravos.hr.

rađen na poljoprivrednicima, gdje se željelo ispitati utjecaj poticaja i komunikacije na socijalne preferencije. U prvoj fazi poljoprivrednici su u prosjeku izvukli 44% manje resursa od razine koja bi maksimizirala njihovu individualnu dobit i ta razina je ostala nepromijenjena kroz sukcesivne igre. U drugoj fazi željelo se doznati više o konkretnim utjecajima na preferencije te su poljoprivrednike svrstali u dvije skupine podvrgnute različitim utjecajima; prva skupina bila je podvrgnuta komunikacijskom tretmanu, gdje su pojedinci imali interakcije prije početka igre, a druga skupina je dobila objašnjenje da će u slučaju prevelikog izvlačenja resursa morati platiti malu kaznu. U početku je skupina izložena mogućnosti kazne izvlačila mnogo manje resursa, no kako je eksperiment odmicao, njihova razina ekstrakcije postupno se povećavala i završila na razini potpuno sebičnog aktera. Skupina koja je komunicirala, u početku je koristila manje resursa nego u prvoj fazi te se zadržala na niskoj razini eksploatacije tijekom cijelog eksperimenta, nadvisivši tretman kaznama već u trećoj rundi.

Efekt poticaja sastoji se od načina na koji kazna uokviruje situaciju, prenosi moralnu poruku te u navedenim slučajevima istiskuje pozitivne motive. Ovaj efekt se prema Bowlesu može razdvojiti na kategorijsko istiskivanje – kada sama prisutnost inicijative dovodi do efekta istiskivanja te marginalno – kada istiskivanje počinje na određenoj razini sankcija. Kao što autor kaže, u slučaju iz Bostona i Haife, dovoljno visoka kazna zasigurno bi rezultirala pozitivnim efektima, no dovela bi u pitanje neke slobode svojstvene demokratskim društvima. Poticaji su signali koji prenose informacije o vjerojatnim uvjetima, pretpostavljenim motivima i odnosima. U slučaju s vatrogascima poticaji uzrokuju efekt jer signaliziraju da nadređeni ne vjeruju svojim zaposlenicima. Drugi slučaj je situacija moralnog odvajanja (*moral disengagement*) gdje tržišne okolnosti (*setting*) omogućavaju akterima udaljavanje od posljedica njihova djelovanja. Posljednji tip istiskivanja socijalnih preferencija događa se zbog izbjegavanja kontrole, kada osoba mijenja svoje djelovanje zbog težnje za očuvanjem autonomije koja se smatra ugroženom.

Bowles razlaže utjecaj poticaja na socijalne preferencije iz evolucijske perspektive. Dugoročni utjecaj javlja se učenjem te za razliku od opisanih situacijskih okvira predstavlja stalan endogeni mehanizam. Poticaji omogućavaju alternativnu interpretaciju velikodušnog čina i tjeraju pojedince da se prebace na razmišljanje o isplativosti. Ti efekti mogu smanjiti percepciju velikodušnosti u populaciji, a to u kombinaciji s konformističkim tendencijama u društvu, predstavlja obrazac kulturne evolucije koji dugoročno utječe na promjenu vrijednosnih sustava. S druge strane, Bowles pokazuje kako su i tržišta u određenoj mjeri doprinijela razvoju građanske kulture, primjerice kroz razvoj vladavine prava, socijalne mobilnosti i socijalnih preferencija. Bitno svojstvo tržišta kultiviranje je preferencija koje potiču suradnju u uvjetima u kojima akteri nemaju sve informacije o partnerima i gdje ugovori nisu potpuni, i upravo te karakteristike uzrokuju nefleksibilnost tržišta. Društvene karakteristike tržišta svode se na dva osnovna procesa među sudionicima, interakciju i komunikaciju. Na primjeru eksperimenata možemo vidjeti kako u slučajevima gdje postoji neko zajedničko dobro (šuma), u zajedničkom vlasništvu ljudi koji su u stalnoj interakciji, dolazi do jačanja kooperacije. Privatizacija dobra u ovom slučaju ima proturječne efekte – s jedne strane potiče kontrolu korištenja resursa, a s druge olakšava odlazak. Bowles zaključuje da privatizacija potiče evoluciju sebičnih preferencija istiskujući normu kooperacije.

Autor navodi nekoliko važnih činjenica za zakonodavca koje proizlaze iz toga. Poticaji su nužni za dobro vođenje društva, ali sami po sebi ne mogu osigurati učinkovito korištenje re-

sursa, ako su ljudi u potpunosti sebični i amoralni. Zbog toga treba uzeti moralne i socijalne preferencije kao temelj u promišljanju poticaja i politika jer ako nisu precizno oblikovane, mogu spriječiti "stvaranje" dobrih ljudi. Javne politike stoga moraju uzeti u obzir individualne preferencije i mogućnost da će poticaji na njih imati suprotan efekt. To dovodi do onoga što Bowles naziva *zakonodavčeva dilema*:

"Implementing the conditions – such as clearly defined private property rights, flexibility, and mobility – under which markets would work well if contracts were complete may compromise those social norms permitting mutually beneficial exchange when contracts are not. But the economic and social institutions that promote these social norms may impede market functioning because they widen the distance between economy and the ideal world of invisible hand." (str. 186.).

Bowles stremi dalje od uobičajenog prikazivanja aktera i sposobnosti donošenja odluka, zanimajući se za supstantivna pitanja u pozadini – što točno vrednujemo kada donosimo odluke, kako javne politike oblikuju ono što vrednujemo i kako javnom politikom ne potkopati vrijednost? Studioznim pristupom i interpretacijom rezultata eksperimenata, Bowles postupno i sigurno izgrađuje model koji će zamijeniti paradigmu sebičnog interesa u kreiranju politika. Knjiga je podijeljena u sedam poglavlja: *The Problem with Homo economicus, A Constitution for Knaves, Moral Sentiments and Material Interests, Incentives as Information, A Liberal Civic Culture, The Legislator's Dilemma* te *A Mandate for Aristotle's Legislator*. Posebna kvaliteta proizlazi iz analize dizajna i rezultata eksperimenata. U razlaganju odnosa između poticaja i preferencija stalno su prisutni procesi komunikacije i uokvirivanja. Efekt uokvirivanja (*Framing effect*) znači da su određene karakteristike situacije vidljivije i zastupljenije u promišljanju i percepciji, a poenta jest da neke inicijative mogu djelovati (smanjenje bolovanja kod vatrogasaca, kašnjenje u vrtićima u Haifi) ako se poticaj, odnosno poruka, oblikuje uzimajući u obzir preferencije ljudi. Tako se mogu izbjeći efekti loših vijesti ili moralnog odvajanja. U tom pravcu ide i autorov dodatak Humeu: "Dobre politike i ustavi su oni koji potiču društveno poželjne ciljeve ne samo kroz zauzdavanje vlastitog interesa već i kroz prizivanje, kultiviranje i jačanje motiva za opće dobro." (str. 222.).