

УДК 339.13

М.В. Рыжкова**«ПРОВАЛЫ» ТЕОРИИ РАЦИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА**

Рассмотрена доминирующая в экономической антропологии неоклассическая парадигма экономического человека Resourceful, Evaluative, Maximizing Man, обобщена суть претензий к неоклассической теории рационального выбора по восьми направлениям: исторический контекст, социальный контекст, метод, математизация, субъект, целеполагание, информационные ограничения, иррациональность, по каждому из направлений показаны наиболее значительные попытки теории преодолеть стоящие перед ней ограничения, сделан вывод о необходимости появления альтернативной модели экономического человека, более близкой к реальности.

Ключевые слова: поведение потребителя, теория рационального выбора.

На настоящий момент теория рационального выбора позиционирует себя как универсальное средство, основной принцип социальных наук, однако ее эмпирическая состоятельность не подтверждена.

В 1960-х и 1970-х гг., когда происходило развитие основных неоклассических постулатов, идея о рациональности поведения обычных людей казалась более правдоподобной, чем видят ее современные ученые. Несмотря на регулярную критику, теория рационального выбора является непоколебимым столпом сегодняшней экономической науки.

Рациональность в экономической теории реализуется прежде всего в модели экономического человека (*homo economicus*). Экономический человек содержательно определяется как совокупность отношений взаимобмена человека с природной и социальной средой постольку, поскольку этот обмен снабжает его средствами для удовлетворения материальных потребностей [1. Р. 29]. Однако такая расширенная трактовка не стала доминирующей в экономической науке.

Доминирующая парадигма (*mainstream*) в экономике в дальнейшем развивалась на основе влияния на неоклассическую теорию взглядов кейнсианцев, монетаристов, новых институционалистов. Взаимовлияние этих школ и наиболее продуктивные идеи поощрялись решениями Нобелевского комитета, что фиксировалось в университетских учебниках. Но главенствующая идея оставалась неизменной. Изложим ниже основные параметры господствующей в экономической теории модели.

Модель экономического человека должна описать три группы факторов, представляющих цели человека, средства для их достижения (как вещественные, так и идеальные) и информацию (знание) о процессах, посредством которых средства ведут к достижению целей [2. Р. 84. Цит по: 3]. Наиболее последовательно это делает REMM – Resourceful, Evaluative, Maximizing Man [4].

1. Resourceful. Человек активен. Он ищет и экспериментирует, что является генетически унаследованным свойством человеческой природы. Человек рассуждает о последствиях изменений в окружающей его среды и в своем поведении. Механический процесс оценивания (присвоение значений результатов элементам подмножества, суммирование значений этих элементов, определение наиболее ценного элемента подмножества) формально соответствует модели человека. Но свойство природы человека состоит в том, что он способен в процессе рассуждений предположить последствия неизвестных ему до сих пор событий, что расширяет рамки его возможностей. Более того, человек способен создавать новые опции выбора, тенденций к которым до сих пор не было. Изобретательность, помимо этого, допускает оппортунистическое поведение, если это приносит больший выигрыш индивиду.

2. Evaluator. Человек оценивающий. Индивид оценивает все процессы и явления своей жизни: яблоки, знания, богатство, положение других лиц, престиж, правила поведения, погоду и т.д. и т.п. Обозначим все эти явления как «товары и услуги». Индивид предпочитает большее количество товаров меньшему. Оценка товаров относительна, ее значение зависит от того, какие еще товары потребляет индивид, а также от количества самих товаров (первый закон Госсена). Однако распределение оценок в ситуации неизменности внешних условий стабильно и непротиворечиво.

3. Maximizing. Максимизатор. Он действует таким образом, чтобы наслаждаться самым высоким уровнем полезности из всех ему доступных. «Ключевая поведенческая предпосылка в моделях, используемых в современной микроэкономике, заключается в том, что поведение людей мотивируется желанием максимизировать чистый выигрыш, получаемый при осуществлении операций» [5. С. 14]. Для этого нужно знать максимум, а также иметь большую свободу выбора. Красиво в науке, сложно осуществимо в реальности, когда требуются издержки на принятие решения. Автор модели В. Меклинг подчеркивает ограниченность REMM: если информация несовершенна, время ограничено, издержки принятия решения велики, то названные ограничения могут качественно изменить суть процесса и максимизация выродится в некую упрощенную процедуру выбора.

Целью данной статьи является обобщение сути претензий к неоклассической теории рационального выбора и попыток теории преодолеть стоящие перед ней ограничения.

Ниже приведем суть претензий к неоклассической концепции потребительского выбора по следующим направлениям:

1. Исторический контекст.
2. Социальный контекст.
3. Метод.
4. Математизация.
5. Субъект.
6. Целеполагание.
7. Информационные ограничения.
8. Иррациональность.

1. Исторический контекст

1.1. Модель рационального человека, используемая экономистами, имеет **ограниченное историческое применение**: ее действенность не распространяется за рамки Нового времени и рыночной капиталистической экономики. С помощью данной модели нельзя объяснить другие нерыночные и дорыночные механизмы социального обмена, прежде всего механизм дарения, игравший огромную роль в докапиталистических хозяйственных порядках [3]. Если в рыночной экономике все опосредованно деньгами, деньги есть универсальный посредник, с помощью которого можно производить любые обменные операции, то в примитивном традиционном обществе блага не имеют всеобщего эквивалента, они разбиваются на категории (текущее потребление, роскошь, запасы и т.п.). Расходование благ жестко контролируется общиной. Практически нет возможности переводить благо из одной категории в другую, место блага в жестком иерархическом порядке зависит от роли, которую оно выполняет в семейном, властном, религиозном смысле. Обмен благами производится внутри общины под контролем влиятельных людей, которые определяли по устоявшимся традициям, каким членом общины какое количество благ должно быть потреблено. На этом держался статус старейшин, деньги в таком обществе являются излишней, угрожающей целостности субстанции. Соответственно, говорить о максимизации индивидуальной полезности не приходится. Более того, многие общества имеют свои стандарты поведения, которые описывают иные, чем современные нам, наиболее эффективные способы достижения поставленных целей с заданным образом восприятия мира. Мистическое восприятие мира, например, предполагает, что в племенах могут топить детей с пороками в реке не потому, что они боятся калек, а потому, что это подходящий способ разрушить связь между миром людей и животных. И с их точки зрения это вполне рационально. Если первобытный охотник уверен, что наилучший способ убить оленя – это поразить копьем его изображение, нарисованное на стене пещеры, то, проделывая это, он строго следует требованиям экономической рациональности [3].

К тому же понятие рациональности меняется при включении в анализ дополнительных факторов, не известных потомкам: например, если первый член общины вырастил урожай и потребил сразу практически все на празднике урожая, то это рационально в отсутствие многопериодного принятия решения; другой член общины отложил часть на семена (рационально), но на общину напали разбойники и потребовали отдать продукты (рациональнее было бы «прогулять» на празднике урожая), он отдал, чтобы не убили (рационально), но наступил голод и он умер (лучше бы сопротивлялся и не отдал, тогда бы в случае победы была бы возможность дожить до следующего урожая). Таким образом, оценка рационального действия является контекстной, обусловленной как ситуациями, так и традициями общества.

1.2. Специфика возникновения ТРВ как теоретической концепции.

Модель полной рациональности возникла, прежде всего, как теория. Только годы спустя были предприняты попытки поиска ее эмпирического подтверждения. Другие типы рациональности (ограниченная, органическая, экологическая) возникли изначально в пику классическому типу как реакция на абстрактность и неподтвержденность ТРВ. Они определяли свои категории исхо-

дя из наблюдений за реальным поведением людей и выстраивались от фактов и наблюдений, а не наоборот [6. Р. 20].

2. Социальный контекст

2.1. Внесоциальная теория. Модель рационального человека предполагает, что равновесие на рынке устанавливается автоматически и без явной помощи институтов, для чего базовой посылкой является свобода воли индивидов. Таким образом, неоклассическая теория слабо представляет социальную структуру. Социальные отношения практически не оказывают влияния на поведение экономического человека, чье поведение сводится к автоматизму. Тогда в применении неоклассической теории к мезо- и макроуровню есть существенное противоречие: применять теорию для объяснения агрегатов, не учитывая агрегационные социальные процессы, лежащие в основе агрегатов, нельзя. Посылка о механической сумме репрезентативных потребителей существенно искажает суть процессов [7. Р. 45–47].

2.2. Этическая несостоятельность концепции рациональности. По выражению Ф. Махлупа, экономический человек был «универсальным пугалом», воплощением бездушного эгоизма и рационализма, другой исследователь А. Котс высказывался о homo economicus как о «грубой, вводящей в заблуждение концепции» [8]. Приведем доводы культурологов и этически ориентированных экономистов. Первый вариант – этика в экономическом выборе может фигурировать в целях. Если это так, то часть вариантов изначально отвергаются, но они могут приносить повышенную прибыль. Возьмем, к примеру, решение: инвестировать ли средства в производство порнографических фильмов? С одной стороны, отказываясь от этого из этических соображений, предприниматель лишает себя дополнительной прибыли. С другой – если согласиться, возникнет проблема моральных издержек. Возможно компромиссное решение: инвестировать, но часть прибыли тратить на благотворительность. Второй вариант – моральные правила действуют как ограничения. При принятии решений индивид видит все альтернативы, мораль же выступает барьером, который может быть преодолен с разной степенью сложности. Весь вопрос в том, насколько компенсировано будет преодоление требований морали в виде большей прибыльности или полезности аморального варианта.

3. Метод

3.1. Эпистемологический дефект теории. Данные, собранные для подтверждения гипотезы, и сами гипотезы выводятся из теории. Теория, основанная на ложных предпосылках, сама не может предложить окончательного знания. Таким образом, само утверждение о возможности предсказания и созданная в развитие этого методология ставят рациональность выбора в позицию необсуждаемого вопроса. Тогда понятие экономической рациональности является чисто тавтологическим («рациональным является все то, что человек делает») [3].

3.2. Картезианские истоки неоклассики. Картезианство, как направление в философии и естествознании, утверждает дуализм мира как две независимые субстанции: протяженную и мыслящую, что нашло выражение в способе отражения системы ценностей. В неоклассической модели ограничения формируются в протяженной, а предпочтения – в мыслящей субстанции, для

отображения на графиках равновесных ситуаций требуется их независимость. Ограничения при этом устанавливают приемлемые средства реализации данных целей, предпочтения же определяют набор дозволенных целей. Не производится учета трансформации ограничений в предпочтения (интериоризация ограничений) и наоборот. Концепция не восприимчива к разнице институтов как ограничений и институтов как инструментов, используемых для решения практических задач. Или, по выражению К. Касьяновой [9. С. 196–197], «...праведник не «соблюдает» запреты и предписания, он ими пользуется для выражения вонне своего внутреннего импульса, желания и они (именно они) подходят ему... Для «религиозного же фундаменталиста»... все правила заключают в себе определенный момент принудительности». Интериоризация ограничений способствует предотвращению оппортунистического поведения: многократное повторение действий, опосредованных угрозой применения санкции, может привести к интериоризации нормы. При исчезновении угрозы поведение не изменяется в течение определенного периода, поскольку норма включена в функцию полезности и исключает отклонение от нормы из числа альтернатив.

3.3. Неопределенность решения вследствие множественности равновесий. В данной конкретной рыночной ситуации, даже оставаясь в рамках ТРВ, может оказаться, что оптимальный выбор не определен и однозначное решение не может быть принято. Речь идет о множественности равновесий, которых может быть континуум. В теории игр, примененной к ситуации рациональности, рынков несовершенной конкуренции и равновесия, было обнаружено несколько равновесий [10], попадание в одно из которых во многом случайно или зависит от истории развития рыночной ситуации (path-dependent). ТРВ может избежать неопределенности, только наложив на принимающего решение субъекта еще более жесткие требования к рациональности: субъект должен знать все ситуации равновесия и среди них всех (не локально!) выбирать Парето-оптимальное.

3.4. Обособленность актов выбора или однопериодный выбор. Для решения задачи выбора в концепции поведение делится на обособленные, изолированные друг от друга действия. Присутствует неявное допущение о независимости последующего акта выбора от предшествующего, история поступков не имеет значения. Теория, конечно, предлагает решение в виде моделей межвременного выбора. Но появляется другая сложность: отсутствует связь между априорными и апостериорными параметрами выбора [11. С. 89]. Более того, большую проблему составляет разница в степени влияния разных типов оценок на выбор: ретроспективные оценки полезности оказывают на человека меньшее влияние, чем интроспективные [12. Р. 28]. Последний парадокс теории состоит в том, что само время в условиях сравнительной статистики лишено продолжительности.

4. Математизация

4.1. Сложности в применении концепций теории вероятности. Рациональность предполагает рассуждение в терминах теории вероятности. Однако есть ряд моментов, препятствующих использованию названного инструментария. Во-первых, нет однозначности в концептуальных взглядах на рациональность среди статистиков и философов. Спорными являются воз-

возможности применения вероятностных суждений к единичным событиям [13. Р. 175–179]. Во-вторых, при применении концепций теории вероятности происходит неучет содержания и контекста принятия решения: правила определения вероятности событий считаются заданными и только позже в рамках этих правил описывают предпочтения индивидов, т. е. происходит движение не от анализа проблемы и предположений людей о ситуации, а от нормативного суждения. Например, при тестировании байесовского вывода предпочтений (Bayesian inference) участники эксперимента могут делать некие обобщающие суждения, используя не относящуюся к сути выбора информацию и не используя важную, как в случаях с нерелевантными якорями. В-третьих, в большинстве тестов предположений о вероятностном вынесении суждений используется простая проблема, по мере усложнения ситуации вычисление вероятностей для индивида не представляется возможным, модель рационального выбора невозможно специфицировать из-за отсутствия возможности определения круга проблем для решения.

4.2. Отсутствие неопределенности. Точнее, отсутствие учета стратегической неожиданности. Это означает, что происходит абстрагирование от событий, которым нельзя приписать пусть даже субъективную вероятность, основанную на статистических наблюдениях. Ведь для вычисления вероятностей необходимы повторяемость событий и опыт встречи с ним у потребителя. В большинстве случаев потребитель встречается с аналогичной, но не такой же ситуацией, когда он может абстрагироваться от ряда отличий, причислив ситуацию к некоему классу, вычислив вероятности исходов из опыта. Но все чаще в нашем меняющемся мире индивид попадает в ситуации крайней неопределенности и волотильности, что никоим образом не находит отражения в теории. В этом случае выходом становится «концептуальная слепота»: происходит абстрагирование от событий, которые невозможно идентифицировать в силу их неизвестности.

4.3. Следование развитию модели потребительского выбора за логикой развития математического инструментария. Повышенная степень абстрактности рациональной модели человека, принятой в экономической теории, ее относительная независимость от реальных фактов хозяйственного поведения представляет собой серьезную методологическую проблему. Математический инструментарий имеет собственную логику развития и часто внедряется без какой-либо осмысленной поведенческой интерпретации. Соотношение теории и фактов ни в какой другой общественной науке не является столь болезненным вопросом, как в неоклассической экономической теории.

5. Субъект

5.1. Единственность роли индивида. В неоклассике человек есть субъект, максимизирующий целевую функцию в виде абстрактной полезности, аргументами которой являются доход, статус, свободное время и т.п. Единственность роли означает ее локальное определение и позволяет зафиксировать цель человека как члена семьи, потребителя, наемного работника, предпринимателя, политика и др. Проблема выявления взаимосвязей между ролями человека не находит отражения в mainstream.

5.2. Репрезентативный субъект. Проверка предпосылки на экспериментальных данных [14] не показывает наличие репрезентативности лишь в слабой форме (сильная форма дает возможность суммировать по всем ценам при всех уровнях дохода, слабая – ограничивает). Уровень рациональности здесь постоянный, не зависит от конкретного человека и обстоятельств, поскольку речь идет о репрезентативном экономическом агенте, полученном, как предполагается, в результате естественного отбора и (или) посредством агрегирования. Отсюда для макроуровня рациональность как таковая не нужна.

6. Целеполагание

6.1. Модель человека не способствует объяснению конечных целей человеческого существа. Для выбора окончательных целей жизни концепция рациональности не подходит, скорее всего применена будет ценностная рациональность, которую предлагает этика и в которой используются иерархия целей, размышления и рассуждения вместо трезвого расчета. В ходе рассуждений, являющихся уникальной и определяющей чертой каждого человека, выявляются конечные цели (ultimate ends), позволяющие человеческому существу постичь свою природу и возможности [15]. Неоклассическая рациональность просто не рассматривает вопрос так глубоко. В соответствии с утилитаризмом Бентама целью человека является достижение счастья, получаемого от потребления товаров и услуг. И здесь возникает ряд вопросов. Действительно ли дополнительные кофточка, гаджет, машина приближают человека к состоянию счастья? Возможно ли достичь счастья в одиночку? Эти вопросы вне поля действия неоклассики. Но нельзя сказать, что неоклассика не пытается проникнуть в эти области. Например, Д. Гутиер [16. Цит. по: 11] считает, что действовать кооперативно в общих интересах возможно инструментально рациональному человеку, так как в итоге получается общество, действующее в общих интересах. Д. Шмидц [17] утверждает, что альтруизм инструментально рационален, поскольку позволяет индивиду расширять собственные горизонты целей и тем обогащать свою жизнь.

6.2. Рациональность бессильна в случае конфликта целей. Доминирующая в экономической теории концепция рациональности не затрагивает целеполагание человека и его представления об окружающем мире, на основе которых выбираются средства для достижения поставленных целей [18]. Потребитель может преследовать следующие варианты целей: 1) минимум усилий по принятию решения, 2) максимум точности решения, 3) минимум негативных эмоций во время принятия решения, 4) максимальная простота в оправдании решения перед самим собой. Одно может исключать другое. Маловероятно, что человек при четко поставленной цели не будет стремиться ее достигнуть. Ситуация типа человека с бомбой на острове, который хочет убить другого человека, взорвав остров, – выдуманный для демонстрации экстремального случая конфликта целей анекдот. Но если человек не может определиться относительно иерархии целей, то оптимальная стратегия не может быть определена. По-прежнему происходит апелляция к спасительной ценностной рациональности. Неоклассическая теория рациональности берет цели как данные, как результат сложившихся предпочтений и дает средство по выбору путей их достижения [15]. В этом ее принципиальное неустранимое ограничение.

7. Информационные ограничения

7.1. Дефект концепции общего знания. Проблема в применении концепции рациональности состоит не в том, что субъекты выбора нерациональны, а в том, что они не знают точные исходы и их вероятности, т. е. не выполняется предпосылка общего знания. Названный дефект взаимодействия в повторяющейся игре возникает уже в случае, когда участник взаимодействия допускает даже малую вероятность эгоистического поведения контрагента. Если бы действия всех участников, наряду с другими параметрами рынка, являлись общим знанием, вопрос об эмпирической несостоятельности концепции рациональности не стоял бы так остро [19].

7.2. Ограничения на объем информации. Никто в мире не владеет полной информацией, она просто недоступна или важные ее компоненты сознательно скрываются как объект коммерческой тайны. Тогда решения субъектов могут быть основаны на заранее смещенных, условно приписываемых событиям вероятностях. В этом случае даже если сбор информации стоит денег и есть возможность избежать 10% вероятности потерять 100 у.е., заплатив 25 у.е., тогда в ситуациях смещенных вероятностей такая повышенная плата может и не быть нерациональной [15].

7.3. Ограничения возможностей обработки информации. В неоклассической теории человеческий мозг предстает «демоном Лапласа» [20]: суперкомпьютером с неограниченным временем, знаниями, машинным ресурсом. В реальности все, конечно, не так. Иногда в экспериментах индивиды делают ошибки в расчетах. Иногда индивиды выбирают удачно, основываясь на нерациональных критериях и догадках (например, нравится торговая эмблема), и неудачно – на в общем-то рациональных. Эксперименты показывают, что даже если индивиду доступна вся информация, он может быть просто не в состоянии ее обработать. Приведем пример такого эксперимента [21]. Всю информацию для участников разбили на три части: три группы индивидов получали соответственно одну, две или все три части. В целом индивиды становились более рациональными при увеличении доступной информации, но при сравнении тех, кто получал одну, и тех, кто получал две части информации, оказалось, что решение лучше принимают первые.

8. Иррациональность

8.1. Нерелексивность выбора. Потребительский выбор чаще всего вообще нерелексивный выбор. Это связано с тем, что потребление как процесс протекает в нерыночной обстановке – в домашнем хозяйстве. Здесь господствуют традиции, нерациональный выбор. Наука пытается объяснить рационально принятие решений в этом секторе, однако предприниматели отлично понимают тщетность своих усилий, поэтому используют в рекламе социологические, психологические и даже психиатрические методики продвижения товара, воздействуя скорее на бессознательный уровень [22. Р. 42].

8.2. Отсутствие учета влияния эмоций на потребительский выбор. Эмоции влияют на выбор потребителя не только в эмоционально нагруженных областях, но и при торговле ценными бумагами и недвижимостью [23. Р. 433]. Например, часто поиск информации для снижения неопределенности не производится не из-за того, что выгоды поиска меньше издержек. Потребитель может находиться в плену так называемых когнитивных иллюзий:

вместо того, чтобы искать информацию, люди слишком ленивы, рассеяны, нетерпеливы, что становятся чересчур оптимистичны относительно будущего результата или, наоборот, приписывать слишком высокую ценность сложившемуся статус-кво. Наряду с этим может возникать конфликт эмоций или амбивалентность, когда на выбор оказывают влияние две взаимоисключающие характеристики, каждая из которых приносит отрицательные эмоции [24], как в известной модели Дж. Аккерлофа и У. Диккенса [25], когда на высокооплачиваемой опасной работе люди перестают заботиться о технике безопасности, так как убеждают себя, что работа не опасна. Конфликт эмоций приведет к психологическому внутреннему конфликту, результатом которого становится смещение восприятия характеристик выбора. Ярким примером в потребительском выборе является ориентация современных молодых людей на автомобили такой ценовой категории, которую они не могут себе позволить, даже заложив банку свою душу. Тогда, покупая глянцевые автомобильные журналы, разбираясь в малейших нюансах комплектации автомобилей, проводя часы в беседах об авто премиум-класса с единомышленниками, они как бы получают частичку желаемого, они уже, еще не купив, «потребляют» вожаемый предмет. Таким образом, от эмоций нельзя избавиться, не делая выбор бессмысленным.

Существующая модель, несмотря на все свои недостатки, обладает рядом черт, с которыми ученым «удобно». Во-первых, она универсальна, т.е. может быть применена ко всевозможным вариантам поведения и выбора человека (и даже животного), что создает предпосылки для экспансии экономической теории в смежные области и науки. Во-вторых, она претендует на лавры естественно-научной дисциплины, используя математический аппарат, т.е. создается иллюзия возможности предсказания поведения индивида, но при любой сколь бы то ни было солидной проверке оказывается, что точность прогноза невелика. В-третьих, критика теории рационального выбора вызывает так называемое «неоклассическое обволакивание», т.е. на основе достаточно гибких базовых предпосылок новые факты легко включаются в защитный пояс теории, не меняя ее ядра, что представляется ее апологетам как развитие неоклассической модели поведения человека. Наиболее активны в своих нападках поведенческие, экспериментальные экономисты и экономические психологи. Но пока ничего систематически лучшего они предложить не могут: происходит выделение аномалий как отклонений от рационального поведения. Поэтому экономическая теория остро нуждается в создании новой, более близкой к экономической реальности концепции экономического поведения и выбора.

Литература

1. *Polanyi K. The Economy as Instituted Process // The Sociology of Economic Life / Ed. by M. Granovetter, R. Swedberg. Boulder, 1992.*
2. *Knight F.H. Ethics and Economic Reform // Freedom and Reform: Essays in Economics and Social Philosophy. N.Y., 1947.*
3. *Автономов В.С. Модель человека в экономической теории и других социальных науках // Истоки / Гл. ред. Я.И. Кузьминов. М.: ГУ-ВШЭ, 1998. Вып. 3. С. 24–72.*

4. *Meckling W.H.* Values and the Choice of the Model of the Individual in the Social Sciences // *Swiss Journal of Economics and Statistics (SJES)*. Swiss Society of Economics and Statistics (SSES). 1976. Vol. 112, № 4 (Dec.). P. 545–560. URL: <http://www.sjes.ch/papers/1976-IV-1.pdf>
5. *Хайман Д.Н.* Современная микро-экономика: анализ и применение: В 2 т. М., 1992. Т. 1.
6. *Secchi D.* Rationalization and Rationality / Extendable Rationality. Springer, 2011.
7. *Jackson W.A.* Economics, culture and social theory. UK: Edward Elgar Publishing Ltd, 2009.
8. *Coats A.W.* Economics and Psychology: A Resurrection Story // *Psychological Economics* / Ed. P. Earl. Boston, 1988.
9. *Касьянова К.* О русском национальном характере. М.: Институт национальной модели экономики, 1994.
10. *Arrow K.J.* Rationality of Self and Others in an Economic System // *The Journal of Business*, University of Chicago Press. 1986. Vol. 59. Iss. 4. P. 385–399.
11. *Санур Ж.* К экономической теории неоднородных систем. Опыт исследования децентрализованной экономики. М.: ГУ ВШЭ, 2001.
12. *Kahneman D.* New Challenges to the Rationality Assumption // *Journal of Institutional and Theoretical Economics*. 1994. Vol. 150. Iss. 1.
13. *Gigerenzer G., Swijtink Z., Daston L.* The Empire of Chance: How Probability Changed Science and Everyday Life, Cambridge University Press, 1989. URL: <http://books.google.ru/>.
14. *Battalio R.C., Dwyer G.P., Kagel J.H.* Tests of Competing Theories of Consumer Choice and the Representative Consumer Hypothesis // *The Economic Journal*. 1987. Vol. 97, № 388 (Dec.). P. 842–856.
15. *Rubin E.L.* Rational Choice and Rat Choice: Some Thoughts on the Relationship among Rationality, Markets and Human Beings // *The Chicago-Kent Law Review*. 2005. Vol. 80. Iss. 3. P. 1091–1127.
16. *Gauthier D.* *Morals by Agreement*. Oxford: Clarendon Press, 1986. 297 p.
17. *Schmidtz D.* *Rational Choice and Moral Agency*. Princeton: Princeton University Press, 1995. 283 p.
18. *Автономов В.С.* Экономическая антропология и модель человека // *Очерки экономической антропологии*. М.: Наука, 1999. С. 17–58.
19. *Kreps D.M., Milgrom P., Roberts J., Wilson R.* Rational Cooperation in the Finitely Repeated Prisoners' Dilemma // *Journal of Economic Theory*. 1982. Vol. 27. Iss. 2. P. 245–252.
20. *Laplace P.-S.* *A Philosophical Essay on Probabilities*. NY: John Willey & Sons, 1902. URL: <http://archive.org/details/philosophicaless00lapliala>.
21. *Cangelosdi V.E., Robinson M., Schkade L.L.* Information and Rational Choice // *The Journal of Communication*. 1968. Vol. 18 (June). P. 131–143.
22. *Godelier M.* *Rationality and irrationality in economics*. N.Y.; London: Monthly Review Press, 1972.
23. *Huang P.* How Do Securities Laws Influence Affect, Happiness, & Trust? // *Journal of Business and Technology Law*. 2008. Vol. 3.
24. *Opaluch J.J., Segerson K.* Rational Roots of «Irrational» Behavior: New Theories of Economic Decision-Making // *Northeastern Journal of Agricultural and Resource Economics*. 1989. Vol. 18. Iss. 2. P. 81–95.
25. *Akerlof G.A., Dickens W.T.* The Economic Consequences of Cognitive Dissonance // *American Economic Review*. 1982. Vol. 72. P. 307–319.