

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut ekonomických studií

Bakalářská práce

2014

Jan Šarapatka

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut ekonomických studií

Jan Šarapatka

**ALTRUISTICKÉ CHOVÁNÍ A JEHO
SOUVISLOST S EKONOMICKÝM
KLIMATEM**

Bakalářská práce

Praha 2014

Autor práce: **Jan Šarapatka**

Vedoucí práce: **Prof. RNDr. Jiří Hlaváček, CSc.**

Rok obhajoby: 2014

Bibliografický záznam

ŠARAPATKA, Jan. Altruistické chování a jeho souvislost s ekonomickým klimatem. Praha, 2014. 39 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut ekonomických studií. Vedoucí bakalářské práce Prof. RNDr. Jiří Hlaváček, CSc.

Abstrakt

Cílem bakalářské práce je prozkoumat a shrnout hlavní myšlenky týkající se altruismu. V práci je vyvozen závěr, že lidský projev altruismu je výsledkem kombinace mnoha podnětů, jež autor navrhuje rozdělit na *vnější* a *vnitřní* motivy. V práci je obhájen názor, že altruistické chování může být, až na některé výjimky, považováno za *racionální*. Práce se přiklání k tvrzení a poskytuje důkazy, že CSR ani státní altruismus nemohou být pokládány za altruistické chování v pravém slova smyslu. V závěru je navržena nová definice altruismu, která zachovává původní znění, ale přidává nutnou podmínku *nezištnosti*. Tím do sebe nezahrnuje chování motivované chladným ekonomickým kalkulem jedince, či čistou reciprocitou, ačkoliv se takové jednání může často na první pohled jevit altruistickým.

Abstract

This bachelor thesis aims to research and summarize the main thoughts of altruism. The thesis concludes that human expression of altruistic behavior is a result of many incentives, which author of the thesis suggests to split in *external* and *internal* motives. The thesis justifies view that altruistic behavior can be, except few exceptions, considered as *rational*. The thesis proves statement that neither CSR nor altruism of state can be considered to be altruistic in the true meaning. At the end, a new version of definition of altruism is suggested. The new version adds an extra condition of *selflessness*. Thus, the new version does not consider behavior motivated by cold economic calculus or pure reciprocity to be altruistic, even though it often might appear to be altruistic at a first glance.

Klíčová slova

Altruismus, motivace, racionalita, donátorství, kooperace, CSR

Keywords

Altruism, motivation, rationality, donorship, cooperation, CSR

Rozsah práce: 58 529 znaků

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně a použil pouze uvedené prameny a literaturu. Zároveň prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu, a souhlasím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne: 15.5.2014

Jan Šarapatka

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval mému vedoucímu bakalářské práce Prof. Jiřímu Hlaváčkovi, CSc. za jeho trpělivost, přínosné a zajímavé konzultace a zkušené rady. Dále bych rád poděkoval celé své rodině a všem, kteří kolem mne vytvářeli příjemné prostředí pro psaní práce. V neposlední řadě děkuji svému spolužákovi Danielu Vopatovi za kreativní diskuze při tvorbě práce.

UNIVERSITAS CAROLINA PRAGENSIS
založena 1348

Univerzita Karlova v Praze
Fakulta sociálních věd
Institut ekonomických studií



Opletalova 26
110 00 Praha 1
TEL: 222 112 330,305
TEL/FAX: 222 112 304
E-mail: ies@mbox.fsv.cuni.cz
<http://ies.fsv.cuni.cz>

Akademický rok 2013/2014

TEZE BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Student:	Jan Šarapatka
Obor:	Ekonomie
Konzultant:	Prof. RNDr. Jiří Hlaváček, CSc.

Garant studijního programu Vám dle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a Studijního a zkušebního řádu UK v Praze určuje následující bakalářskou práci

Předpokládaný název BP:

Altruistické chování a jeho souvislost s ekonomickým klimatem

Charakteristika práce

Tato práce se zabývá otázkou altruistického chování v oblastech, jako jsou státní altruismus, altruismus firmy nebo jedince. Zkoumá racionalitu tohoto chování, efektivitu ekonomických systémů, kde se vyskytuje, a další zajímavé rysy altruismu a s ním spojeného donátorství.

Struktura BP:

- 1) Úvod
 - 2) Definice
 - 3) Motivace
 - 4) Teorie her
 - 5) Racionalita
 - 6) Obchodní společnosti/ stát
 - 7) Závěr
-

Seznam základních pramenů a odborné literatury:

Etzioni, A.: The Moral Dimension. Toward a New Economics, The Free Press, New York (1988)

Etzioni, A.: Morální dimenze ekonomiky. Praha, Viktoria Publishing 1995

Hirschman A. O.: Exit, Voice and Loyalty, Harvard University Press, Cambridge 1970

Hlaváček J., Hlaváček J. - Hlaváček M.: Cruel Altruism. Prague Economic Papers 2005, 14, č. 4, s. 363-371.

Hlaváček J. a kol., Mikroekonomie sounáležitosti (Microeconomics of co-existence), Karolinum, Praha 1999

Klusoň V.: InSTITUTE a odpovědnost: K filosofii ekonomické vědy. Karolinum, ISBN 80-246-722-0, 2004

Mlčoch L.: Ekonomie důvěry a společného dobra. Praha, Karolinum 2006

Smith A. : Theory of Moral Sentiments, New Rochelle, Arlington House, New York (1969) (first published by Henry G. Bohn in London 1759)

Wilson E.O.: On Human Nature. Harvard University Press, Cambridge 1978

Datum zadání:	10.06.2013
Termín odevzdání:	16.05.2014

Obsah

ÚVOD	2
1. DEFINICE ALTRUISMU	3
2. MOTIVY	4
2.1 <i>Ekonomie</i>	4
2.2 <i>Biologie a sociobiologie</i>	4
2.3 <i>Psychologie</i>	6
2.4 <i>Sociologie</i>	7
2.5 <i>Transcendentní motivace</i>	7
2.6 <i>Další faktory ovlivňující míru altruismu</i>	7
2.6.1 <i>Válka</i>	8
2.6.2 <i>Společenská rozrůzněnost</i>	8
2.6.3 <i>Provázanost členů ve společnosti</i>	8
2.6.4 <i>Genetická příbuznost</i>	9
3. ALTRUISMUS V TEORII HER	12
3.1 <i>Vězňovo dilema</i>	12
3.2 <i>Jestřábi a hrdličky</i>	13
3.3 <i>Samaritánovo dilema</i>	14
3.4 <i>Public goods game</i>	16
4. RACIONALITA	18
5. OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI (CSR)	21
5.1 <i>Definice</i>	21
5.2 <i>Původ</i>	21
5.3 <i>Teorie</i>	22
5.3.1 <i>Motivace</i>	22
5.3.2 <i>Goodwill firmy</i>	23
5.3.3 <i>Tržní mechanismy</i>	23
5.3.4 <i>Zaměstnanci</i>	23
5.3.5 <i>Důvěra</i>	23
5.3.6 <i>Daňová optimalizace</i>	24
5.4 <i>Empirické důkazy</i>	24
6. STÁTNÍ ALTRUISMUS	27
7. ALTRUISMUS JAKO ŠKŮDCE	29
ZÁVĚR	30
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ A LITERATURY	33

Úvod

Altruismus je významným ekonomickým fenoménem, který zaujal řadu ekonomů světového významu. Podnětem pro zkoumání tohoto tématu je současná krize ekonomického myšlení, ve které se velmi těžko hledají řešení na uchopení vystávajících problémů. Altruismus je dobrým příkladem, na kterém lze ukázat neuchopitelnost mnohých ve společnosti běžně pozorovaných jevů standardní ekonomickou teorií. U altruismu se jedná dokonce o rozpor s některými jejími předpoklady, jako je například maximalizace vlastního užitku. Paradigma *homo oeconomicus* tedy není plně schopné vysvětlit chování běžného člověka žijícího ve 21. století. Nemyslím si, že by bylo třeba paradigma úplně vyměnit za nové, ale je žádoucí ho alespoň aktualizovat a obohatit o nové faktory tak, aby lépe vystihovalo chování lidí v současném ekonomickém klimatu.

Nejprve si zadefinuji altruismus. S pomocí této definice budu schopen rozlišit, ve kterých případech lidského jednání se jedná o altruismus. Na základě toho budu moci zkoumat motivace k altruistickému chování. Poté se budu zabývat altruismem z pohledu teorie her. Následně porovnáám definici altruismu s definicí racionality a pokusím se rozklíčovat, zdali je altruismus důsledkem racionálního rozhodovacího procesu. Dále se zaměřím na možné altruistické chování firem a státu.

1. Definice altruismu

Slovo altruismus je definováno různě v závislosti na mnoha faktorech, jako například na vědní disciplíně, která se tímto tématem zabývá, nebo na názorech a přístupu různých vědců. Slovo jako takové vzniklo v 19. století ve Francii (v originále *altruisme*), kdy ho poprvé použil A. Comte, který ho odvodil z latinského *alter* tj. druhý. Comte dále rozlišil dva typy altruismu. První nazval *instinktivním* altruismem, který má člověk vrozený stejně jako ostatní živočichové a který spojuje jedince s jeho rodem. Za druhý typ altruismu považoval altruismus rozvíjený v rámci civilizace, jež se postupně promítá do lidského chování a vytváří novou lidskou vlastnost spojující všechny lidi (Linhart, Petrušek, Vodáková, Maříková, 1996).

V ekonomickém pojetí se altruismem nazývá takové chování, kdy se ekonomický subjekt (spotřebitel, firma) vzdá části svého užitku ve prospěch užitku jiného subjektu. Takového ekonomického aktéra pak nazýváme altruistou. Z nákladů altruistického subjektu má ekonomický prospěch někdo jiný. Je opakem sobectví, tj. člověk nemaximalizuje svůj profit, ale zvyšuje profit někoho jiného. Může se projevovat širokou škálou chování od drobné almužny bezdomovci až po sebeobětování se pro jiného jedince či skupinu. Altruismus často nekoresponduje se základními principy homo oeconomicus.

Podle E. O. Wilsona (1978) jej lze rozdělit na *měkký* altruismus, kdy je altruista ke svému chování motivován určitou mírou reciprocity, a *tvrdý*¹, kdy altruista předpokládá asymetrii jeho daru, a tedy žádnou reciprocitu neočekává. Dle mého názoru je toto dělení neúplné, neboť motivace k altruismu není pouze reciprocita, či čistě dobrý skutek bez známek reciprocity. Podle mě lze vyčlenit například ještě další druh altruismu, kdy donátor není motivován reciprocitou daru, ani nekoná z čistě nezištných důvodů, ale očekává, že si svým altruistickým chováním vytvoří určitá neviditelná aktiva, která mohou, ale nemusí za určitých podmínek přinést jedinci zisk. Mezi taková aktiva může patřit například důvěra, dobré jméno nebo postavení daného subjektu ve společnosti. Viz dále teorie her. Důvěrou se dopodrobna zabývá Lubomír Mlčoch ve své knize *Ekonomie důvěry a společného dobra* (2006). Existuje ještě řada názorů a vědeckých výzkumů na téma motivace k altruistickému chování. Nejvýznamnější z nich jsou uvedeny v následující kapitole.

¹ někdy se také překládá jako *altruismus tvrdého jádra*

2. Motivy

Jak již bylo zmíněno, altruistické chování není zcela vysvětlitelné paradigmatickým homo oeconomicus a maximalizací vlastního zisku. Jaké jsou tedy motivy k altruistickému chování? Na tuto otázku se pokusilo odpovědět již mnoho významných vědců. V následujících odstavcích jsou shrnuty ty nejvýznamnější z oblasti filosofie, sociologie, biologie (sociobiologie), a samozřejmě také ekonomie.

2.1 *Ekonomie*

Prvním z ekonomů, kdo se pokusil nastínit motivaci k nesobeckým činům, nebyl nikdo jiný než Adam Smith. Na začátku své knihy *Theory of Moral Sentiments* (1790) napsal: „Jakkoliv sobecký člověk může být, vždy existují nějaké principy, které ho zaujmou jednat v zájmu štěstí druhých, ačkoliv z takového chování nemá žádný jiný prospěch než dobrý pocit z přihlížení.“² Pod těmito principy, které motivují člověka k soudržnosti s ostatními, si představoval schopnost člověka vnímat pocity ostatních, vcítit se do jejich situace a sdílet s nimi tyto pocity. Na příkladu matky a křičícího dítěte demonstruje, jak se matka dokáže vcítit do situace dítěte, sdílet s ním pocit dětské bezmocnosti, z čehož pak vyplyne touha matky mu pomoci. Podle Smithe je možné vcítit se i do situace právě zemřelého člověka (Smith, 1790).

S velmi nápaditým zdůvodněním, proč se lidé často chovají altruisticky, přišel v roce 1956 Dennis Robertson, který na otázku „Co optimalizují ekonomové?“ odpověděl stručně: „lásku.“ Sollow na něj navázal a v roce 1971 napsal, že altruismus je vzácný, je to tedy ekonomický statek, a ekonomové musí najít ekonomický koncept, ve kterém bude dosaženo sociálních cílů jinak než prostřednictvím nezainteresované dobroty.

2.2 *Biologie a sociobiologie*

Charles Darwin (2006) byl přesvědčen, že altruismus je veden sobeckými motivy příslušníků živočišného druhu. Jednotliví příslušníci si postupně uvědomují, že za poskytnutou pomoc, získají na oplátku pomoc od ostatních. To vede k vytvoření zvyku pomáhat ostatním, jenž posiluje soudržnost, soucítění s ostatními, a tím i šíření altruistického chování.

² „How selfish soever man may be supposed, there are evidently some principles in his nature, which interest him in the fortune of others, and render their happiness necessary to him, though he derives nothing from it except the pleasure of seeing it“ (Adam Smith, 1790)

S podobnou teorií přišel Desmond Morris (1971), který se také domníval, že altruismus má kořeny zapuštěné v evoluci. Když byl člověk přírodou donucen žít se lovem, avšak nebyl jí dobře vybaven, aby byl schopen samostatného lovu, musel se spojit s ostatními lidmi, a pomocí úzké kooperace se mu podařilo přežít. Tato kooperace však s sebou přinesla daleko více než spolupráci při lovu a obraně. Lidé se museli spolu naučit dělit o kořist, komunikovat a mnoho dalšího, což ve výsledku vedlo k vytvoření základů lidské soudržnosti.

R. Dawkins (1976) nahlížel na motivaci k altruismu z biologického hlediska. Ve svém díle *Sobecký gen* předložil teorii, že veškeré akce se řídí výhradně sobeckými pohnutkami genů, které mají za úkol maximalizovat biologickou prospěšnost. Podle R. Wrighta (1995) tedy z biologického hlediska může altruismus nastat pouze v paradoxních případech, kdy ze sobeckého chování genů vzejde chování organismu, které se jeví jako altruistické.

Dawkins (1976) v jeho díle ještě teorii rozvíjí o psychologicko-sociální hledisko. Poprvé použil slovo *meme* pocházející z řeckého μίμημα, což znamená *imitovaná věc*. V češtině se používá výraz *mem*. Dawkinsův mem je jakousi psychologicko-sociální analogií k biologickému genu. Šíří se a rozmnožuje stejným způsobem jako gen, z těla na tělo, s výjimkou toho, že přeskakuje z mozku na mozek. Mem nese genetickou informaci, ale nese myšlenku, zvyk nebo kupříkladu konvenci. Může se jednat o cokoli od chytivé melodie, přes různé nápady a životní styly, až po vzorce chování. Experimentálně bylo dokázáno, že altruistické memy se šíří rychleji než sobecké. Je to logické, neboť pokud jedinec pozoruje u ostatních soudržnost, která se jim vyplácí (viz například dále věžňovo dilema nebo jestřábi a hrdličky) a sobeckost, která naopak končí často velmi neoptimálně, pak raději převezme altruistický mem jako vzor, jak se v podobných situacích chovat. V závěru tedy mohou vést sobecké podněty genů a maximalizace vlastního prospěchu i k cíli vzájemnému skrze působení memů.

Velmi podobný přístup zastával McDougal (1935). Nezkoumal sice chování jednotlivých genů, ale zabýval se geneticky vrozenými vlastnostmi člověka. Sestavil následující tabulku, ve které seřadil vrozené lidské sklony.

1	Vyhledávat a skladovat potravu
2	Vyhýbat se škodlivému
3	Namlouvat se, pářit se
4	Ukrýt se před hrozbou zranění, bolesti
5	Nedůvěřivě ohledávat neznámá místa a věci
6	Živit chránit a ukrývat malé děti
7	Vyhledávat společenství či doprovod druhých
8	Usilovat o dominantní postavení, předvádět své schopnosti před ostatními
9	Podřídít se silnějším (schopnějším), následovat je
10	Klást odpor či překonávat omezení svého volného pohybu
11	Žádat (křičet) o pomoc, je-li úsilí individua mařeno
12	Budovat úkryty a vyrábět nástroje
13	Získávat, vlastnit a bránit cokoli, co bylo shledáno užitečným
14	Vysmívat se nedostatkům a neúspěchům cizích osob
15	Odstraňovat zdroje nelibých pocitů nebo vzdálit se od nich
16	Odpočívat či spát při únavě
17	Podívat se nad novými jevy
18	Uspokojovat tělesné potřeby organismu (dýchání, vyprazdňování,...)

V této tabulce lze nalézt několik vrozených sklonnů k altruismu, jsou to čísla 6,7 a 9. Zajímavá jsou ale i jiná čísla. Číslo 3 může být hledanou motivací altruismu mužů k ženám. Číslo 11 zase spoléhá na altruismus ostatních, jinak by tato vrozená vlastnost neměla žádný praktický význam. Číslo 15 může být velmi důležitou motivací k donátorství i dalšímu altruistickému chování, neboť neposkytnutí daru nebo pomoci může v člověku vyvolat nelibé pocity.

2.3 Psychologie

Mnoho vědců se domnívá, že hlavní motivací pro vykonání altruistického činu jsou psychologické podněty, neboť chování se v zájmu druhých s sebou přináší pocity kladných emocí. Za typické příklady můžeme uvést *hřejivý pocit* (v originále *warm glow*) (Andreoni, 1990 nebo Isen, Levin, 1972), pocit, že jsem dobrým člověkem (Walster E., Berschied, Walster W., 1973), pocit z vykonání *správné věci* (v originále *do the right thing*) (Dawes, Thaler, 1988), nebo dosažení morálního uspokojení (Kahneman, Knetsch, 1992).

Důkazem, že člověk je k altruismu veden i psychickými motivy je například práce Harbaugha, Mayra a Burgharta (2007), kde zkoumali aktivitu různých částí lidského mozku v závislosti na různých situacích. Jednak vyzkoumali, že placení daní, které jsou pak využity na dobrou věc, aktivuje v mozku stejnou část jako například sladkost nebo kladný sociální kontakt. Tím v podstatě potvrdili teorii hřejivého pocitu. V dalším experimentu poskytli účastníkům obnos peněz. Tyto peníze lidem buď ponechali, nebo je věnovali na charitu. Na základě aktivity různých částí mozku byli schopni rozdělit lidi na dva typy, altruisty a egoisty, podle toho, zdali jejich mozek reagoval více v situacích, kdy jim peníze byly ponechány (egoisté), nebo v situacích, kdy jejich peníze byly věnovány na charitu (altruisté). U altruistů poté pozorovali dvakrát vyšší četnost dobrovolného darování.

2.4 Sociologie

Jedním z možných vysvětlení motivace k altruismu je i *teorie nedokonalého altruismu*. Tato teorie tvrdí, že hlavní motivací není často žádný hřejivý pocit nebo dokonce reciprocita, nýbrž jiné faktory jako je tlak společnosti nebo členství ve spolcích. (Svoboda, 2010)

2.5 Transcendentní motivace

Altruismus lze také vysvětlit pomocí tzv. *transcendentní motivace*. Podle nejrozšířenějšího náboženství v České republice – křesťanství – lze pomocí altruismu dosáhnout blaženého posmrtného života. V Bibli je možné nalézt takové myšlenky jako „Amen, pravím vám, cokoliv jste učinili jednomu z těchto mých nepatrných bratří, mně jste učinili.“ (Mt. 25:40). Pro názornost uvádím ještě jeden příklad „Chceš-li být dokonalý, jdi, prodej svůj majetek a rozdej chudým, a budeš mít poklad v nebi.“ (Mt. 19:21).

Takový člověk buď touží po svatosti, nebo se vzdává části svého pozemského prospěchu ve prospěch bližních, neboť je vnitřně přesvědčen, že z takového činu bude profitovat po smrti. Tato myšlenka je společná pro mnohem více náboženství než pouze křesťanství.

2.6 Další faktory ovlivňující míru altruismu

Míru soudržnosti společenství a tedy i množství altruismu v této společnosti ovlivňuje mnoho různých faktorů. Některé tyto faktory můžeme brát jako samostatné motivy, ostatní faktory nám poslouží alespoň jako stopy, které nám mohou pomoci se pravých motivů dopátrat.

2.6.1 Válka

Například podle práce War's Enduring Effects on the Development of Egalitarian Motivations and In-group Biases (Bauer, Cassar, Chytilová, Henrich, 2014) je vyšší míru soudržnosti možné pozorovat v zemích postížených válkou. Čím delší dobu strávil jedinec ve válce, tím vyšší je jeho míra soudržnosti s jeho společenstvím. To může znamenat, že altruistické chování se rozvíjí více v horších životních podmínkách a ve strachu nežli v hojnosti a bezpečí. Také může být tento jev způsoben tím, že ve válce jsou lidé nuceni k užší kooperaci ve svém společenství, a to vede k vyšší míře altruismu, která přetrvává i po válce.

2.6.2 Společenská rozrůzněnost

V poslední době je mnoha vědci zastáván názor, že na soudržnost společnosti, a tedy míru altruismu v ní, má velký vliv její diverzita neboli rozrůzněnost členů. Drtivá většina ekonomických experimentů předpokládá rovnost všech účastníků ve hře. Například zisk ve hře *public goods game*³ je nezávislý na příspěvku jedince, a tak jeho jediným racionálním chováním je být sobecký a nepřispět nic. To se ovšem v reálném světě neděje. Tímto problémem se zabývali autoři článku *Social diversity promotes the emergence of cooperation in public goods games* (FC Santos, MD Santos, Pacheco, 2008), kde do této hry a do mnoha dalších modelů a výpočtů zahrnuli i různorodost aktérů her. Získali tak výsledky mnohem více podobné skutečným empiricky pozorovaným skutečnostem, než tomu bylo doposud za předpokladu homogenity účastníků her. Navíc prokázali, že s vyšší různorodostí členů společnosti, roste jejich soudržnost a spravedlnost rozdělování bohatství. Možným vysvětlením tohoto jevu může být větší přínos ze setkání dvou odlišných jedinců než dvou stejných. Například při setkání velmi bohatého a velmi chudého si bohatý může odnést dobrý pocit z almužny a chudý zase užitek z peněz. Při setkání dvou lidí s podobným bohatstvím k takovému jevu pravděpodobně nedojde.

2.6.3 Provázanost členů ve společnosti

Dalším faktorem ovlivňujícím kooperaci jedinců je pravděpodobně provázanost jednotlivých členů společenství (Getty, 1987; Pollock, 1989; Nakamaru et al., 1997). Čím větší je provázanost jedinců, tím spíše mezi nimi můžeme pozorovat kooperaci. To může

³ Více o této hře v kapitole 4 Teorie her

být způsobeno vyšší pravděpodobností reciprocity. Pokud je míra provázanosti větší, například v malém městě se často setkávají stejní lidé, bude pro ně výhodnější chovat se altruističtěji. Ve frontě v obchodě v malém městě pustí člověk s velkým nákupem před sebe člověka s malým nákupem častěji, neboť existuje větší pravděpodobnost než ve velkém městě, že se situace bude opakovat a altruistické chování bude moci být oplaceno.

2.6.4 Genetická příbuznost

Soudržnost a míra altruismu je dána i geneticky. Touto otázkou se zabývá teorie příbuzenského výběru (v originále *kin selection theory*) (W. D. Hamilton, 1964). Podle této teorie se altruismus vyskytuje v přírodě častěji u *geneticky spřízněných* jedinců, ty nazývá *rodinou kin*. Do této rodiny můžou patřit blízcí příbuzní, ale i jedinci stejného druhu nebo u lidí jedinci stejné rasy. Mezi *nepříbuznými* jedinci, nazývanými také *non-kin*, lze altruismus pozorovat v menší míře (Burnstein et al., 1994).

Zajímavým se může jevit skutečnost, že *přátelům* se altruistické pomoci dostane často ve stejné nebo dokonce větší míře než *příbuzným*. (Cialdini et al., 1997; Kruger, 2003). Situace, kdy lidé pomáhají ve větší míře svým přátelům, může být zapříčiněna například dobrým pocitem z pomoci přátelům, který u příbuzných nemusí nastat v takové míře, neboť pomoc příbuzným může být brána spíše jako samozřejmost. Steve Stewart-Williams (2007) ale ve svých experimentech vyzkoušel, že s rostoucími náklady na pomoc ostatním, klesala pomoc *přátelům* na úkor *příbuzných*. To znamená, že genetická soudržnost, *soudržnost kin*, je silnější než uměle vybudovaná sociální soudržnost. Po tomto závěru již není překvapující, že s rostoucími náklady na pomoc, rostl i podíl pomoci *příbuzným* na úkor pomoci *cizím*.

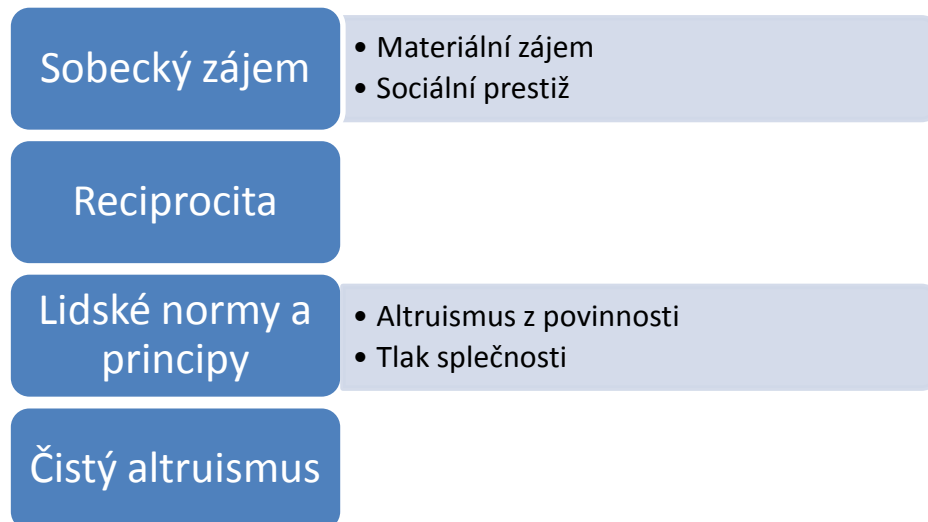
U *známých* byla podle Stewart-Williamse (2007) pozorována velká míra reciprocity na rozdíl od *příbuzných* a překvapivě i *přátel*. Bylo také vyzkoumáno, že větší míra reciprocity se projevila u příbuzných v podobném věku, mezigeneračně se jednalo o altruismus spíše asymetrický.

Z výsledků experimentů Stewart-Williamse (2007) lze shrnout, že v těžkých situacích, kdy je pomoc jinému jedinci nákladná, je altruismus největší u *rodiny kin*, o něco menší u *přátelských vztahů* a nejmenší u *známých*. Naopak reciprocity jde v opačném směru. Nejvyšší je u *známých* a nejmenší u *příbuzných*.

Dovolil bych si z těchto závěrů vyvodit vlastní myšlenku. Jedná se o tři různé motivace k altruismu, které jsou zde hezky seřazeny podle velikosti. Na prvním místě je to nejsilnější, geneticky daný altruismus, který můžeme pozorovat i v živočišné říši. Na místě druhém je to altruismus motivovaný pozitivními pocity. Ten je více rozvinut u přátel než známých, protože v jedinci budí více pozitivních pocitů pomoc někomu, koho má rád, než známému nebo dokonce cizímu. A nakonec vcelku racionální altruismus motivovaný reciprocitou a praktikovaný nejčastěji mezi známými. Na příkladu známých z práce je dobře vidět reciprocita. Dnes udělá jeden práci za druhého, ale očekává, že příště to bude naopak.

2.7 Rozdělení motivace k altruistickému chování

Již bylo v této práci výše uvedeno dělení podle E. O. Wilsona (1978) na motivaci danou reciprocitou (*měkký altruismus*) a motivaci čistě zájmem o druhého (*tvrdý altruismus*). Podle Erika Schokkaerta lze toto dělení ještě zjemnit a všechny výše uvedené motivace roztrždit do jakýchsi čtyř skupin (citováno podle Kolm, Mercier, 2006).



Prvním druhem motivace je *sobecký zájem*. Do sobeckého zájmu lze zařadit například výše uvedenou Dawkinsovu teorii sobeckého genu. Schokkaert tuto skupinu ještě rozdělil na dvě podskupiny, které nazval *materiální zájem* a *sociální prestiž* (Kolm,

Mercier, 2006). Do podskupiny sociální prestiž by patřil ještě jeden druh altruismu, který zatím nebyl zmíněn a pro který zavedu nový pojem *ostentativní altruismus*. Ostentativním altruismem nazvu chování, které je analogií k ostentativní spotřebě. Je to tedy chování, kdy jedinec jedná okázale, oslnivě v zájmu druhých, aby si sám polepšil. Jako příklad lze uvést velké spropitné v restauraci od muže, který chce vypadat dobře před ženou, se kterou restauraci navštívil.

Druhou skupinou motivací je více sofistikovaná verze sobeckého zájmu, a tou je *reciprocita*. Reciprocita je hlavní motivací v našem výše uvedeném příkladě soudržnosti non-kin, jak prokázal Stewart-Williams (Kolm, Mercier, 2006).

Třetí velkou skupinou podnětů, které vedou člověka k altruistickému chování, jsou *lidské normy a principy*. Z našeho dosavadního zkoumání můžeme jako příklad zmínit výše uvedený Svobodův nedokonalý altruismus. Schokkaert tuto skupinu ještě dále rozdělil na *altruismus z povinnosti a tlak společnosti*. Altruismem z povinnosti má na mysli činy vedené smyslem k povinnosti, který je ukotven v lidském vědomí v podobě internalizovaných morálních norem (Kolm, Mercier, 2006).

Do poslední skupiny, kterou vyčlenil, zařadil *čistý altruismus*. Tím nazval chování, které je vedeno ryze zájmem o situaci druhého člověka a vcítěním se do ní (Kolm, Mercier, 2006). Pro názornost si z výše uvedeného můžeme připomenout Adama Smithe nebo Robertsonovu maximalizaci lásky.

Díky komplexnosti lidského myšlení a uvažování, kde se snoubí racionalita jedince, jeho vrozené sklony, zkušenostmi převzaté vlastnosti, jeho city a pocity, lze jen velmi zřídka tvrdit, že je člověk motivován pouze tím, či oním. Samozřejmě lze najít modelové příklady, i příklady z reality, které to splňují. Pokud bychom ale zkoumali projevené altruistické chování, došli bychom k závěru, že je často motivováno kombinací mnoha nebo dokonce všech výše uvedených skupin. Když se člověk zachová altruisticky, získá tím většinou dobrý pocit (čistý altruismus), šanci, že se mu takové chování může někdy vrátit (reciprocita) a společnost pak na něj lépe nahlíží (lidské normy a principy). V opačném případě by získal špatný pocit, reciprocitu v negativním smyslu slova a zhoršil by své postavení ve společnosti.

3. Altruismus v teorii her

Jelikož altruismus je druhem chování člověka, je na místě, podívat se na tento fenomén z hlediska teorie her, která se lidským chováním a rozhodováním zabývá. Tato kapitola hledá motivaci a racionalitu altruismu v některých hrách z oblasti teorie her. Významným prvkem je zde vzájemná důvěra.

3.1 Vězňovo dilema

Vězňovo dilema je jedna z modelových aplikací teorie her. Za prvního, kdo tuto myšlenku použil, je považován A. W. Tucker, který zkoumal možné výsledky situace, ve které se předpokládá zatčení dvou podezřelých (zároveň i pachatelů), kteří jsou vyslýcháni v oddělených místnostech. Následující tabulka ukazuje jejich výplatní matici. Jednotlivá čísla v matici reprezentují roky strávené ve vězení pro každou možnou výslednou situaci.

	Vězeň B nezradí	Vězeň B zradí
Vězeň A nezradí	(1,1)	(3,0)
Vězeň A zradí	(0,3)	(2,2)

Oba vězni mají možnost zapírat nebo přiznat, že čin spáchali. Pokud budou oba zapírat, soudce drží důkaz, že spáchali nějaký drobnější čin, a odsoudí oba k jednomu roku strávenému ve vězení. Když se některý z vězňů přizná a zároveň druhý bude mlčet, bude prvnímu trest odpuštěn, ale druhý stráví ve vězení 3 roky. Pokud se přiznají oba, budou odsouzeni za jejich čin a současně jim bude trest zmírněn na dva roky ve vězení jako odměna za přiznání se.

Nashova rovnováha v tomto případě existuje a je určena jednoznačně. Dominantní strategie každého z vězňů je přiznat se a tím zradit toho druhého. Dokonce i v případě, kdy by se vězni mohli mezi sebou domlouvat, bylo by nakonec pro každého zvlášť nejvýhodnější a nejracionálnější svalit veškerou vinu na druhého a opět by situace skončila v bodě Nashovy rovnováhy. Pokud ale vězni k sobě chovají velkou důvěru, může se stát, že racionální chování jde stranou a oba se zachovají altruisticky a nic nepřiznají. V takovémto případě dojde k nepředpokládanému výsledku mimo Nashovu rovnováhu a oba vězni si polepší. Na tomto principu fungují například oligopoly. Znamená to tedy, že je altruismus racionální? V krátkém období, uvažujeme-li pouze jednu hru a předpoklad, že

se vězni už neseťkají v ekonomickém prostředí, pak zajisté takovéto chování racionální není.

Pokud se ale na hru podíváme z širšího úhlu pohledu, může být vše jinak. Uvážíme-li například, že se hra bude opakovat, pak je pro oba lepší se dohodnout na spolupráci, dovolíme-li jim to. Každý z nich si uvědomí, že jakmile dohodu poruší, ztratí důvěru a pohorší si ve všech dalších hrách. Nesobecké chování v jedné hře mu pak může přinést užitek dále do budoucna. Toto lze ovšem předpokládat pouze v případě, není-li znám konečný počet opakování hry. Pokud by tento počet byl znám, došlo by k tzv. „chain store“ paradoxu, který způsobí, že se oba hráči budou chovat po celou dobu opakování sobecky. (Selten, 1978). Zjednodušeně, v poslední hře, kdy už hráči neočekávají žádnou další interakci, je pro oba nejvýhodnější druhého zradit. Tím maximalizují svůj zisk a nemusí se obávat žádného negativního dopadu na jejich budoucnost. Pokud ovšem vědí, že v poslední hře se navzájem zradí, je pro každého z nich nejlepším chováním zradit i ve hře předposlední. Opět toto chování maximalizuje zisk každého z nich bez dopadů na budoucnost. Touto indukci se lze dopracovat až k aktuální hře a proto nelze aplikovat žádnou dohodu.

V každém případě můžeme ze hry vyvodit, že altruistické chování může být pro jedince žádoucí, neboť mu v určitých případech může přinést prospěch.

3.2 Jestřábi a hrdličky

Tento model z oblasti teorie her popularizoval známý profesor ekonomie Robert Frank (1995). Hra je známým příkladem, jehož úkolem je ukázat, že kooperace může být výhodnější než prosté sobecké sledování vlastního zisku. Model se nazývá „jestřábi a hrdličky“.

Předpokládejme nekonečné populace jestřábů a hrdliček. Pokud se dva jedinci libovolného druhu, či kombinace obou setkají na novém území, mohou se rozhodnout bojovat (jestřáb), či nebojovat a při hrozbě uletět do bezpečí (hrdlička). Možnost zůstat na novém území má pro všechny hodnotu A . Pokud dojde k boji, utrpí ztrátu Z . Následující výplatní matice ukazuje jednotlivé zisky pro všechny možné kombinace setkání na novém území.

	jestřáb	hrdlička
jestřáb	$(A-Z)/2, (A-Z)/2$	$A, 0$
hrdlička	$0, A$	$A/2, A/2$

Pokud $A > Z$, pak je dominantní strategií pro jakéhokoliv hráče zachovat se jako jestřáb. V případě setkání se s hrdličkou je lepší být jestřábem, neboť $A > A/2$. V případě setkání se s jestřábem je také lepší být jestřábem, neboť $(A-Z)/2 > 0$.

V případě, kdy $A < Z$ (například zisk z nového území nestojí za smrt v boji), je sice lepší být jestřábem při setkání s hrdličkou ($A > A/2$), ale není výhodné být jestřábem při setkání s jiným jestřábem, protože $(A-Z)/2 < 0$.

Pokud opustíme předpoklad nekonečných populací obou druhů, rozhodnutí přijmout chování hrdličky nebo jestřába bude záležet i na počtu jedinců každého druhu. Například, pokud bude velký počet hrdliček, bude i velká pravděpodobnost střetu s hrdličkou. V takovém případě bude výhodnější se stát jestřábem.

I z této hry, stejně jako z věžňova dilematu plyne závěr, že altruistické chování může být motivováno vlastním prospěchem, a tedy být racionálním, neboť jedinec maximalizuje svůj užitek.

3.3 Samaritánovo dilema

Samaritánovo dilema je koncept, se kterým přišel v roce 1972 J.M. Buchanan (citováno podle Phelps, 1975). Tento koncept je přímo založen na altruistickém chování a nastiňuje problematiku možných důsledků altruismu. Buchanan si na začátku sestavil dvě výplatní matice. První z nich nazval *dilema aktivního samaritána* a druhou *dilema pasivního samaritána*.

Dilema aktivního samaritána	Bude pracovat	Nebude pracovat
Nedá almužnu	2,2	1,1
Dá almužnu	4,3	3,4

Dilema pasivního samaritána	Bude pracovat	Nebude pracovat
Nedá almužnu	4,2	1,1
Dá almužnu	2,3	3,4

V obou výplatních maticích se jedná o stejný problém. Na jedné straně hry stojí samaritán, který si vybírá mezi řádky. První řádek pro něj znamená nedarovat almužnu, druhý řádek naopak darovat. Na druhé straně hry se nachází nuzný člověk, Buchanan ho nazývá parazitem, který volí mezi sloupci. První sloupec pro něj znamená pracovat, a tím si shánět obživu, zatímco druhý sloupec pro něj znamená nepracovat, a spolehnout se tak na pomoc od samaritána ve formě almužny (Phelps, 1975).

V první výplatní matici hovoří Buchanan o problému dilematu aktivního samaritána. Aktivní samaritán se odlišuje od pasivního tím, že jeho dominantní strategií je v jakékoli situaci dát almužnu, neboť dobrý pocit z almužny mu přinese větší užitek, než ponechání si peněz, je to velký altruista. Tím ovšem nastává morální problém, neboť nejlepší, ekonomicky racionální reakcí parazita je nepracovat, a výsledek jednokolové hry se tak nachází v (3,4). Společensky ale není tento výsledek žádoucí a může být pocíťován jako nespravedlivý (nepracující se má lépe než pracující) (Phelps, 1975).

Samaritán proti tomu může bojovat různými strategiemi. Může například slíbit, že almužnu nedaruje. Parazitova nejlepší reakce pak bude jít pracovat. Samaritán mu přesto almužnu dá, a tím se dostane na výsledek (4,3), čímž si polepší. Takové řešení nelze praktikovat, pokud parazit zná výplatní matici samaritána, jednoduše by mu neuvěřil. Také to není dlouhodobé řešení, protože parazit po prvním kole zjistí, že almužnu dostane, i když pracuje. V opakované hře může samaritán dosáhnout svého optima (4,3) pouze za cenu ztrát svého užitku. Budeme-li opět předpokládat, že parazit nezná výplatní matici samaritána, může samaritán v opakované hře střídát volby dát a nedat almužnu a tím donutit parazita pracovat. Jestli se tak samaritán zachová, už záleží pouze na jeho osobních preferencích a na jeho odhadovaných užitech ve výplatní matici (Phelps, 1975).

Buchanan ukázal i reálnou implementaci na příkladu matky a zlobivého dítěte. Matka dítěti může naplácat na zadek. Bude jí mrzet, že bije svoje dítě, ale dítě se poté bude chovat lépe ze strachu z možného trestu (Phelps, 1975).

Ve druhé matici rozebírá Buchanan dilema pasivního samaritána. Tento pasivní samaritán nemá dominantní strategii. Je pro něj lepší dát almužnu žebrákovi, který nepracuje, a zároveň je pro něj také lepší nedat almužnu pracujícímu. Můžeme ho nazvat racionálnějším altruistou. Dominantní strategie neexistuje ani z pohledu žebráka. Tomu se vyplatí pracovat pouze v případě, kdy nedostane almužnu. Nikdo z hráčů tedy nemůže předpovědět chování druhého ani v případě, že znají výplatní matici obou hráčů. V první hře tak může nastat jakákoliv situace. Ani v opakované hře není výsledek jednoznačný. Samaritán maximalizuje svůj užitek v případě, kdy nedá almužnu parazitovi a ten pracuje. Parazitův užitek je maximální v situaci, kdy nepracuje a obdrží almužnu. Výsledek bude záležet na strategiích a vytrvalosti obou hráčů. Nakonec se buď ustálí v jednom ze suboptim (4,2) nebo (3,4), anebo se ani jeden z hráčů nespokojí s jiným než maximálním užitekem a hra bude mít stále různé výsledky (Phelps, 1975).

3.4 Public goods game

Public goods game je další z her, často využívaná v experimentální ekonomii ke zkoumání lidského rozhodování. Hra spočívá v tom, že každý z hráčů dostane na začátku stejný obnos peněz, ze kterého může dát libovolnou část do jakéhosi společného banku. Konečná částka v banku se sečte, vynásobí předem daným číslem R větším než jedna a rozdělí se mezi všechny hráče. Předpokladem je, že počet hráčů je vyšší než R .

Společenským optimem je tedy vložit do banku všechny celé obnosy hráčů a zhodnotit je. Každý z hráčů si pak polepší a obdrží R -násobek svého počátečního obnosu.

Optimem jednotlivce je však nedat do banku nic. Z každé částky, kterou do banku vloží, se mu totiž nazpět vrátí pouze zlomek jeho částky $R/\text{počet hráčů}$. Ten je z předpokladu menší než jedna. Proto bude dominantní strategií každého nevložit do společného banku nic. Nashovou rovnováhou je tedy stav, kdy nikdo do banku nic nevloží, nic se nezhodnotí a všichni hráči budou mít na konci stejný obnos peněz jako na začátku. V reálném světě ale k takovému výsledku často nedojde. Je to snad způsobeno altruismem, chybou v předpokladech modelu, iracionalitou lidského chování, nebo něčím jiným? Jednu

z možných příčin navrhuji (FC Santos, MD Santos, Pacheco, 2008)⁴, jistě to ale nebude jediná příčina a vysvětlení pro takové chování.

Existuje několik způsobů, jak se lze přiblížit společenskému optimu a motivovat hráče ke kooperaci. Podle článku Rege a Telle (2004) je jedním ze způsobů zveřejňování jmen a jednotlivých příspěvků do banku. V takovém případě mluvíme o *otevřené public goods game*. Lidé v ní jsou motivováni společenskými očekáváními, svou roli zde může hrát i reciprocita nebo možnost, že budou od ostatních potrestáni. Dalším ze způsobů je opakování hry. Pokud se hra opakuje, můžou si hráči uvědomit, že kooperace jim přinese větší užitek, a pomocí postupného zvyšování příspěvků a budování důvěry si polepší. (Levitt, 2007) Zde je ovšem důležitým předpokladem, stejně jako ve vězňově dilematu, aby hráči neznali počet opakování hry, jinak by mohlo dojít k *chain-store paradoxu* (Selten, 1978). Jako poslední návrh na přiblížení se sociálnímu optimu uvedu variaci hry, kde je možné na vlastní náklady potrestat hráče, který vložil málo, nebo dokonce nic do společného banku. Trestání pak může být efektivní, pokud se hra opakuje a potrestaný hráč v příštích kolech přispěje více. Někdy stačí samotná možnost trestání ve hře a hráči jsou motivováni přispívat pouhou hrozbou trestání, na které v konci nemusí dojít.

⁴ Viz kapitola 3.6

4. Racionalita

Při zkoumání otázky racionality altruistického chování čeká zkoumajícího řada komplikací. První z nich je sama definice racionality. Tato definice se vyvíjela po několik tisíciletí a její různá pojetí se velmi odlišují. Například pragmatismus označoval za racionální to, co vede k cíli, v romantismu se dokonce šířilo přesvědčení, že racionalita člověka neexistuje, neboť člověk je veden především svými city, pocity a vášněmi. Tématem racionality se zabývali již filosofové a matematici v raném Řecku. Moderní pojetí má své počátky u R. Descarta (17. stol.), který zakládal racionalitu na logice a matematice (Linhart, Petrusek, Vodáková, Maříková, 1996).

Ačkoliv mnoho vědních disciplín jako je psychologie nebo sociologie dokáže popsat chování i pomocí jiných druhů racionality, pro naše zkoumání bude důležitá především *ekonomická racionalita*. Ta je v neoklasické ekonomii definována jako maximalizace vlastního užítku. Zde je velmi důležité slovo „vlastního“. Pokud tuto definici porovnáme s definicí altruismu uvedenou na začátku této práce, je na první pohled patrný rozpor mezi altruismem a ekonomickou racionalitou. Zatímco altruista se vzdává svého užítku ve prospěch druhého člověka, ekonomicky racionální jedinec maximalizuje vlastní užitek a rozhodně se ho tedy nebude chtít vzdávat. Tento jednoduchý závěr ale nelze vyvodit, protože problém je mnohem komplexnější.

Za prvé nemusí nastat rozpor mezi těmito definicemi, pokud se jedná o „měkký“ altruismus. Pokud je totiž altruismus motivován reciprocitou, například očekávám od druhého něco na oplátku, až se setkáme příště, předpokládám návratnost užítku v budoucnosti. Jedná se tak o pouhé odložení spotřeby, což je čin přirovnatelný například k investici nebo půjčce. Takové jednání lze tedy zcela bez pochyb označit za racionální, neboť racionální spotřebitel maximalizuje svůj užitek ve všech jeho obdobích najednou, ne pouze v jednom.

Za druhé tkví problém v definici slova užitek a také v tom, že užitek se může za určitých podmínek, například během altruistického chování, množit. Podle prof. J. Hlaváčka (Hlaváček et al., 1999) altruismus vzniká často v případech, kde dochází k takzvanému *nenulovému součtu*. Nenulovým součtem nazývá spolupráci, která většinou není *symetrická ani časově souběžná*. Zjednodušeně jsou to situace, kdy zisk jednoho

jedinice je větší než ztráta druhého. Jako příklad uvádí J. Hlaváček výměnu informací, která jednomu pomůže a zároveň druhý téměř nic neztratí. Díky oplácení si pak mohou oba polepšit, a jejich chování tak bude označeno za racionální.

Samuelson a Nordhaus (2008) definovali užitek takto: „Užitek je spíše vědecká konstrukce, kterou ekonomové používají k pochopení toho, jak racionální spotřebitelé dělí své omezené zdroje mezi statky, které jim poskytují určité uspokojení.“ Standardní mikroekonomie často za *statek* pokládá pouze předměty a služby a za *omezené zdroje* považuje pouze čas a disponibilní důchod. V takovém případě by altruistické chování nebylo ekonomicky racionální. Pokud ale uvážíme obecnější definice těchto slov a pod pojmem *statek* si dokážeme představit i například dobrý pocit, nebo si pod *omezenými zdroji* představíme svoji fyzickou sílu, pak například pomoc starší sousedce s nákupem na cestě domů může být hravě zařazena do ekonomické racionality. Stejně tak tam může být zařazena drobná almužna bezdomovci. Předpokládám, že většina almužen je darována z přebytku, ne že donátor trpí daný den hladu, aby mohl poskytnout almužnu. Užitek z dobrého pocitu může být vyšší než z přebytečných drobných v peněžence, a tak se jako racionální jeví darovat nuznému almužnu.

Samozřejmě stejně jako všechno ekonomické chování člověka ani altruistické chování není vždy pouze chladným ekonomickým kalkulem daného jedince. *Chladný* kalkul v tomto případě není nejpřesnějším výrazem, neboť obsahuje i *hřejivý* pocit přinášející užitek. S ekonomickou iracionalitou člověka se běžně setkáváme, ať už jde o baťovské ceny, reklamy atd. Ani altruistické chování není výjimkou. Altruismus je ovlivněn danou náladou člověka, věkem, bohatstvím, dokonce i aktuální spotřebou.⁵ Těžko půjde ekonomickou racionalitou vysvětlit hodně tvrdý altruismus, kdy se například matka obětuje na záchranu svého dítěte. Takové chování už nebude *ekonomicky racionální*, ale stále může být *racionální*, viz vrozené sklony lidského druhu podle McDougala (1935).

A. Sen (2001) ve svém díle *Etika a ekonomie* říká, že ekonomie nemá za cíl dosahovat co největšího bohatství, ale jejím cílem je dosahovat dobra. Zabývání se pouze hromaděním bohatství nepovažuje za ekonomii, ale za chrematistiku (Sen, 2001).

⁵ viz hédonická vs. utilitární spotřeba v kapitole 6 CSR

Etzioni (1995) se zastává konceptu homo oeconomicus, ale domnívá se, že je to pouze část lidské motivace. Za další část považuje motivaci *dostát morálním závazkům*. Podle něj je třeba rozšířit koncept ekonomické racionality, aby dokázala pojmut i tuto další část lidské motivace. Ekonomicky racionální by pro člověka bylo například stát se hackerem, kdy šance na dopadení jsou minimální a šance na zisk velké. Většina lidí se tak ale nechová. Na základě této Etzioniho teorie to není pouze proto, že jedinci hrozí trest, ale především kvůli kulturnímu rámci, ve kterém vyrůstá Etzioni (1995).

Existuje ještě mnoho návrhů na rozšíření konceptu homo oeconomicus tak, aby byl tento rozšířený koncept schopen vysvětlit i jevy jako je altruistické chování. Jeden z takových návrhů prosazuje J. Hlaváček, když tvrdí, že lidé stejně jako živočichové maximalizují pravděpodobnost přežití (*darwinovská maximalizace*). Pokud by tato pravděpodobnost byla ovlivněna pouze bohatstvím a zánik by byl spojen pouze s nedostatkem finančních prostředků, pak by se jednalo právě o koncept homo oeconomicus (J. Hlaváček, M. Hlaváček, 2010).

5. Obchodní společnosti (CSR)

V této části se zaměřím na altruismus firmy. Prozkoumám jeho motivace a nahlédnu pod pokličku altruismu firem v praxi.

5.1 Definice

Zkratka CSR pochází z anglického Corporate Social Responsibility, což v doslovném překladu znamená *sociální odpovědnost korporací*. Podle Angelidise a Ibrahima (1993) jsou CSR aktivity firmy, které mají za účel naplňovat potřeby společnosti. S velmi podobnou definicí přišli Lerner a Fryxell již v roce 1988, podle nichž do rozsahu CSR patří veškeré výstupy firmy, které jsou v souladu se společenským očekáváním a hodnotami dané společnosti. V neposlední řadě uvádím definici od Enderleho a Tavise (1998), kteří CSR definovali jako takové činnosti pro dobro celé společnosti, které jdou za rámec povinností, jež musí firma plnit ze zákona. Například musí-li plnit nějaké ekologické limity, bude za CSR považováno, pokud bude vyrábět ještě více ekologicky, než stanovují tyto limity.

Co mají tyto definice společného? CSR jsou aktivity, které iniciuje sama firma, dobrovolně, za účelem být prospěšná sociálnímu blahu. Do CSR tedy nespádají oblasti jako například sponzorství. Slovo „sponzor“ pochází z latiny, kde má význam „ručitel“. Z toho přímo plyne, že pokud někoho firma sponzoruje, tak si ho tím zavazuje. V dnešní době se slovo „sponzor“, do češtiny přejaté z angličtiny, blíží významově více k darování a dárci, avšak reciprocita zůstává, většinou to bývá ve formě reklamy (Hlaváček et al., 1999). Naopak do oblasti CSR patří například příspěvky na charitu, dobrovolná eliminace negativních externalit (například znečištění životního prostředí), dobrovolnická činnost, zaměstnávání sociálně slabších nebo handicapovaných jedinců, či zlepšení podmínek vlastněných zvířat.

5.2 Původ

CSR se začalo praktikovat již na konci 19. stol. v USA (Sethi, 1977). Tehdejší praktikování spočívalo převážně v donátorství charitám a filantropii firem. První práce napsané na toto téma se začaly objevovat v USA ve 30. letech minulého století. Jako příklad lze uvést dílo Social Control of Business od J. M. Clarka (1939).

Ještě v průběhu 20. století se vyčlenily dvě názorově naprosto odlišné školy. Na jedné straně škola volného trhu prosazovaná Friedmanem (Friedman, 1970) a škola orientovaná na sociální přístup (Freeman, 2010; Wood, 1991; Smith, 1994) na straně druhé. Friedman kritizoval CSR již od roku 1962, kdy v knize *Capitalism and freedom* vyjádřil hluboký nesouhlas s jakýmkoliv altruistickými akcemi firmy, neboť jediným cílem firmy je tvorba zisku pro její akcionáře.

5.3 Teorie

5.3.1 Motivace

Co motivuje firmy, aby se zajímaly o dobro společnosti a praktikovaly CSR? Je to snad dobrý pocit majitelů firmy, nebo je motivace zcela jiná? Nelze teoreticky vyloučit, že jediný vlastník firmy se rozhodne zachovat altruisticky a bude nenápadně pomáhat společnosti. Teorie CSR se ale zabývá *korporacemi*, jež jsou vlastněny mnoha akcionáři a řízeny jimi dosazenými manažery. Akcionáři nemají žádný zájem na utrácení svých peněz skrze manažery za altruistické činy ve prospěch společnosti. Pokud by manažeři přeci jenom chtěli jednat altruisticky jménem firmy, bylo by dokonce takové jednání v rozporu se zákonem⁶, neboť by poškozovalo akcionáře. Firmy jsou zakládány za účelem vytváření zisku, to je jediná veličina, kterou se snaží maximalizovat.

U firmy mluvíme o takzvaném zdánlivém altruismu. Je zřejmé, že v případě firmy nelze hovořit o genech, pocitech nebo snad dokonce o životě po smrti. V krajním případě by bylo možné uvažovat jako motivaci dobrý pocit zaměstnance, manažera, který vykoná něco nesobeckého jménem firmy, ale to už by nejspíše nespadlo pod pojem altruismus, neboť tento zaměstnanec se nevzdává části svého užitku, ale užitku firmy, která ho zaměstnává. To není v souladu s naší definicí altruismu. Navíc by se v takovém případě jednalo o morální hazard, tedy o situaci, kdy jeden subjekt riskuje, přičemž případná prohra je na úkor jiného subjektu (např. státu). Pokud se tedy firma hlásí ke společenské odpovědnosti, její jedinou motivací je zisk. Zisk lze pomocí CSR zvýšit mnoha způsoby.

⁶ „Pečlivě a s potřebnými znalostmi jedná ten, kdo mohl při podnikatelském rozhodování v dobré víře rozumně předpokládat, že jedná informovaně a v **obhajitelném zájmu obchodní korporace**; to neplatí, pokud takovéto rozhodování nebylo učiněno s nezbytnou loajalitou.“
Zákon o obchodních korporacích, č. 90/2012 Sb., § 51 odst.1

5.3.2 Goodwill firmy

Firma může pomocí sociálně prospěšné politiky vylepšovat svoji goodwill (= dobré jméno). V takovém případě se akce promítnou do hodnocení firmy, neboť na goodwill hledí většina zájmových skupin. Z pohledu investorů je firma praktikující CSR více věrohodná, což snižuje riziko jejich investic. Firma je tak schopna získat půjčku s nižšími úroky nebo kapitál na velké, riskantnější investice. Důkazem, že investoři opravdu zohledňují corporate social responsibility je například Dow Jones Sustainability Index, který již v sobě CSR zahrnuje.

5.3.3 Tržní mechanismy

V mnoha případech praktikuje firma CSR nevědomě, respektive je nucena k takovému chování tržními silami. Jako příklad zde můžeme uvést mzdy zaměstnanců. Pokud stát stanoví nějakou nízkou úroveň minimální mzdy, ale tržní úroveň mezd je vyšší, pak firma v rámci maximalizace svého zisku bude svým zaměstnancům dávat vyšší mzdu, neboť to tak určil zákon nabídky a poptávky.

5.3.4 Zaměstnanci

Sociálně odpovědná firma se o své zaměstnance také velmi dobře stará. To jí umožní získat schopnější zaměstnance, neboť poptávka po pracovních místech v této firmě vzroste. Zaměstnanci v takové firmě jsou spokojenější a v jejím příjemném prostředí dokážou podávat lepší výkony, a tak vzrůstá jejich produktivita a kvalita práce (v předlistopadové československé ekonomice to potvrzoval fenomén Slušovice). Péče o zaměstnance také snižuje počet jimi podaných výpovědí. To může ušetřit firmě velké náklady spojené s náborem nových zaměstnanců, zaškolováním a podobně.

5.3.5 Důvěra

Další výhodou CSR je posilování důvěry mezi firmou a jejími dodavateli a odběrateli. V případě altruistického chování roste důvěra mezi subjekty, která umožní snížit mnohé náklady například na kontroly. V principu se jedná o analogii k vězňovu dilematu. Pokud si budou věřit, pomáhat a kooperovat, budou na tom lépe než v případě, kdy budou vynakládat čas, úsilí i finance na vzájemné dohlížení na sebe, trestání se a podobně.

5.3.6 Daňová optimalizace

V neposlední řadě je důvodem pro chování v rámci CSR, zejména pro donátorství, daňová optimalizace. Státy nabízejí firmám operujícím v jejich ekonomickém prostředí daňové úlevy za příspěvky na charitu. V ČR je možné odečíst si z daňového základu za sociální zodpovědnost až deset procent. Ještě více mohou benefitovat firmy a podnikatelé například v USA viz článek Donation motivation od B. Schiffmana (2013).

5.4 Empirické důkazy

Vhodně aplikovaná politika sociální zodpovědnosti má pozitivní dopad na postavení firmy v očích zákazníků. Firmě zákazníci přibývají a jsou dokonce ochotni zaplatit za produkt vyšší cenu. Důkazem tohoto tvrzení může být například práce The effects of corporate social responsibility and price on consumer responses (Mohr, Webb, 2005), která prokázala, že spotřebitelé ve svém ekonomickém rozhodování preferují sociálně odpovědné firmy a jejich výrobky.

Dalším zajímavým důkazem je práce M. Strahilevitze z roku 1999. Strahilevitz rozdělil spotřebu na dva typy. První typ nazval *hédonickou spotřebou* a definoval jako spotřebu, která má za cíl uspokojit touhy po zábavě, luxusu a podobně. Někdy se takovým touhám říká také dekadentní. Druhý typ pojmenoval *utilitární spotřebou*, jejímž cílem bylo naplnit především základní a praktické potřeby člověka. Poté Strahilevitz empiricky ověřil, že pokud za určitých podmínek firma zvýší cenu a uvede, že část ceny bude věnována na charitu, lidé budou častěji kupovat výrobky od této firmy. Efekt je ještě větší, pokud se jedná o výrobek určený k hédonické spotřebě. Hedonické produkty totiž v lidech vzbuzují pocit viny, který výrazně posiluje ochotu lidí přispívat na charitu (viz Cunningham, 1979; Isen, Levin, 1972; Baumann, Cialdini, Kenrick, 1981; Ghingold, 1981 a další).

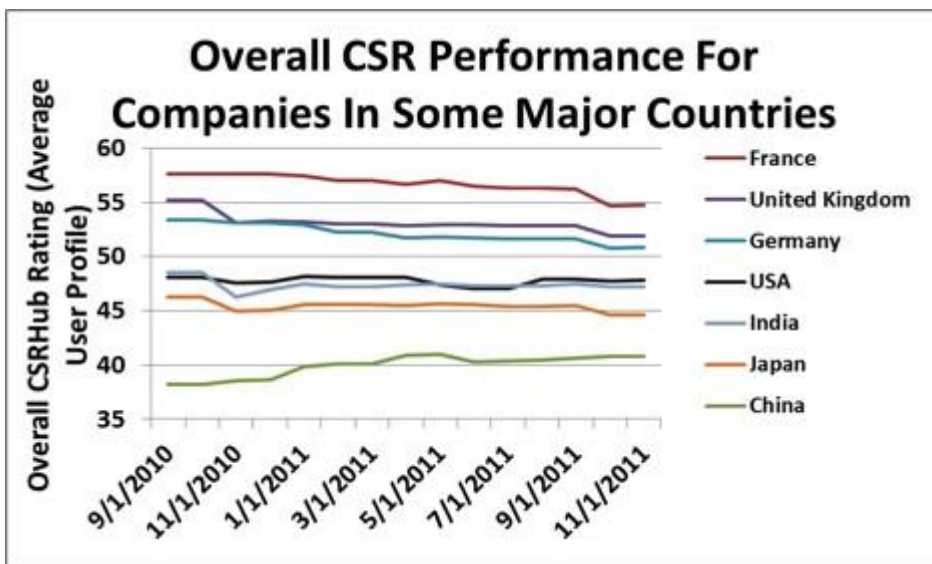
Na následujícím grafu je znázorněn růst počtu čínských firem, jenž reportují jejich společensky zodpovědné aktivity a také růst míry informací, které o takových aktivitách podávají veřejnosti (Xin, 2013).



Obr. 1: CSR Report Growth and Disclosure Rates

Převzato z: http://www.syntao.com/Themes/Theme_Page_EN.asp?Theme_ID=112&Page_ID=16638 (2/5/2014)

Následující graf ukazuje průběh hodnocení CSR ve vybraných zemích. Toto hodnocení je založeno na 12 indikátorech CSR v oblastech jako *zaměstnanci*, *životní prostředí*, *společenství*, apod. (Gidwani, 2012).



Obr. 2: Overall CSR Performance For Companies In Some Major Countries

Převzato z: <http://www.triplepundit.com/2012/02/csr-ratings-trends-making-progress/> (22/4/2014)

Pokud se podíváme na vývoj CSR v jednotlivých zemích, můžeme si povšimnout již zmíněného růstu CSR v Číně, poklesu v Evropě a téměř stabilního stavu CSR ve Spojených státech amerických. V případě, že by jednotlivé země pokračovaly ve svých trendech znázorněných v tomto grafu, by došlo ke konvergenci k určité míře CSR stejné

pro všechny tyto země a to přibližně na úrovni, kde se dnes nachází USA. Můžeme se pouze domnívat, že trh dokáže určit optimální míru CSR tak, aby se firmám vyplácela, a proto můžeme vidět tuto konvergenci. USA může být bodem konvergence proto, že zde CSR vzniklo jako první a v průběhu doby se již ustálila jeho míra v optimu. Domnívám se ale, že i když se jednotlivé země budou v budoucnu blížit k podobné míře CSR jako má USA, ustálí se na mírně odlišných hodnotách, neboť různé národy mají různé povahy, a tedy i tamní trh bude moci za optimální míru považovat o trochu jinou míru CSR. Navíc je CSR v některých zemích vynucováno zákony, nebo mu naopak zákony nedávají prostor k realizaci.

Dalším argumentem, proč CSR není altruistickým chováním, je fakt, že v letošním roce (2014) schválil Evropský parlament směrnici, podle které budou muset všechny firmy s více než 500 zaměstnanci povinně reportovat jejich veškeré aktivity v oblasti sociální odpovědnosti. Tímto krokem se z CSR začínají stávat aktivity vynucené legislativou. Tyto aktivity tak nemohou být považovány za altruistické. Dokonce jsou v rozporu i s mnohými definicemi CSR, neboť CSR má fungovat na bázi dobrovolnosti (Horáková, 2014).

Jako poslední důkaz, že CSR nelze být považováno za altruistické chování, je jeho další vývojový stupeň nazvaný CSV z anglického *Creating Shared Value*, což v doslovném překladu znamená *vytváření sdílených hodnot*. Tento koncept má mnohé společné s CSR, ale snaží se praktikovat aktivity pro společnost efektivně tak, aby to i firmě přineslo co nejvíce výhod. Do ČR se tento koncept dostává z USA, kde je již hojně rozšířen. Michael E. Porter (2012) profesor z Harvard Business School říká, že CSV je „dalším stupněm evoluce v sofistikaci kapitalistického modelu“.⁷

⁷vlastní překlad, v originále: „the next stage of evolution in the sophistication of the capitalist model.“

6. Státní altruismus

Může se chovat altruisticky i stát? Analýza altruistického chování státu je analogií k výše uvedenému rozboru altruismu firem. Stát se může chovat altruisticky vůči dvěma ekonomickým subjektům. Prvním subjektem můžou být občané daného státu, druhým pak jiný stát.

Z principu opět nelze hovořit o altruismu, neboť stát se nemůže vzdávat svého zisku, jelikož jeho zisk je majetkem obyvatel dané země (analogicky k akcionářům firmy). Pokud by peníze jen tak rozdával, nechoval by se s péčí řádného hospodáře a porušoval tak zákon. Můžeme ale pozorovat různé typy darů mezi státy, vzájemnou pomoc a podobně. Jak je to tedy možné?

Podle realistické teorie mezinárodních vztahů by k altruismu mezi státy nemělo docházet. Podle liberální teorie to však je dokonce žádoucí k vytváření kooperace mezi státy. Ve vztahu k ostatním státům je stát motivován chovat se stejně jako jednotlivec ve vztahu k jednotlivcům. Stejným způsobem jako se u lidí vyvinuly obchod a kooperace, tak se i mezi státy vytvořil mezinárodní obchod a kooperace. Analogicky k firmě, která je trhem nucena chovat se v zájmu společnosti, aby zaujala zákazníky a dodavatele, je v zájmu státu a jeho obchodů chovat se zodpovědně a starat se i o dobro ostatních států. To mu přinese vřelejší obchodní vztahy, výhodnější spolupráci s ostatními státy a pomoc, v případě, že by ji sám potřeboval.

Ve vztahu ke svým občanům se stát v podstatě chovat altruisticky nemůže, neboť nakládá s financemi všech občanů, které vybral na daních. Cílem těchto peněz je částečně financování veřejných statků a částečně financování pomoci lidem, kteří jsou již v důchodu, jsou ve špatném zdravotním stavu, nemohou sehnat zaměstnání, postihla je nějaká tragédie a podobně. Takové chování lze často označit za altruistické, ale nejedná se o altruismus státu, nýbrž altruismus lidí, kteří platí daně. Stát peníze pouze přerozděluje, čímž je vystaven *morálnímu hazardu*. Lidé jsou k placení daní motivováni především tím, že je to povinnost, ale také reciprocitou, neboť za své peníze získají veřejné statky a sociální a zdravotní pojištění. Lze dokonce mluvit o hřejivém pocitu z placení daní (Harbaugh, 2007). Ten je podle Harbaugha ale menší, než pocit z dobrovolného darování.

Prakticky se podobnou otázkou zabýval Michal Riegel (2013), který si ve své práci nazvané „Rozvojová politika EU: Altruismus nebo nástroj k dosažení vlastních cílů?“ položil otázku, zdali je tato politika používána jako tzv. *soft power* nebo jde skutečně o dosažení dobra ve světě. Evropská unie postrádá tzv. *hard power*, která je představována vojenskou mocí. Tento nedostatek se tedy snaží dohnat pomocí *soft power*, která se naopak vyznačuje využíváním především ekonomických, politických a diplomatických prostředků (Cooper, 2004). Riegel dochází k závěru, že ačkoliv je zahraniční pomoc EU ve formě rozvojové politiky velmi přínosná pro dané regiony, motivy EU nejsou v žádném případě altruistické. Již na počátku bylo možné podle Riegela pozorovat využívání této politiky k zachování politické a ekonomické moci nad některými územími. Za důkaz pokládá diskriminaci při poskytování pomoci, nekonzistentnost postupů, nebo protichůdné politiky. Dále uvádí jako motivaci pro poskytování pomoci jiným státům tzv. *aid for trade*⁸, kdy EU za svoji pomoc získala něco nazpět. Na rozvojovou politiku EU navázala vytvářením kontraktů s danými státy a kooperací s nimi. Tyto kontrakty, ale vyzněly vždy ve prospěch EU, neboť díky své pomoci měla asymetrickou převahu při vyjednávání o kooperaci. Práci Riegel uzavírá s tím, že ačkoli Rozvojová politika EU sloužila a stále slouží k prosazování zájmů EU, nelze ji omezovat, neboť její přínos pro rozvojové země je velký (Riegel, 2013).

⁸ S tímto pojmem přišel poprvé Stiglitz (2006)

7. Altruismus jako škůdce

Doposud bylo v této práci přistupováno k altruistickému chování jako k jevu, který může přinést prospěch oběma zúčastněným stranám, nebo alespoň jedné z nich na úkor druhé. Nyní bych zde rád zmínil, že altruismus nemusí být vždy tím *dobrým*, za který ho lidé považují a který často obdivují, ale může mít i svoji *stinnou stránku*. To je například velmi důrazně demonstrováno v knize *Pathological altruism* (Oakley, Knafo, Madhavan, Wilson, 2011). Patologický altruismus je zde definován jako „jakékoliv chování nebo osobní sklon, ve kterém buď snaha pomoci nebo motivace je dobro druhého, ale namísto prospěšných výstupů má „altruismus“ iracionální (z pohledu vnějšího pozorovatele) a podstatné negativní důsledky pro druhého nebo dokonce pro sebe sama.“⁹ Barbara A. Oakley (2013) ještě přidává podmínku předpověditelnosti těchto negativních výsledků z pohledu vnějšího pozorovatele. V knize *Pathological altruism* je také vylíčena řada jak modelových případů, tak i ukázek z praxe, kde altruismus škodí. B. Oakley dokonce tvrdí, že altruismus může stát i za hypoteční krizí v USA v roce 2008. Podle Oakleyové má krizi na svědomí dobře (altruisticky) myšlená politika dotací na soukromé vlastnictví domů občanů. Tyto dotace pak měly neblahý efekt na půjčování lidem, kterým by za normálních podmínek hypotéka zřízena nebyla. Výsledkem pak byla bublina na trhu, jejíž splasknutí mělo za následek ztrátu hodnoty lidských domovů a mnozí dokonce skončili bez střechy nad hlavou (Oakley, 2013).

Ekonomické systémy, kde je přítomen altruismus tedy mohou, ale nemusí být vždy efektivními ve smyslu zvyšování blahobytu ve společnosti.

⁹ „Pathological altruism might be thought of as any behavior or personal tendency in which either the stated aim or the implied motivation is to promote the welfare of another. But, instead of overall beneficial outcomes, the “altruism” instead has irrational (from the point of view of an outside observer) and substantial negative consequences to the other or even to the self.“ (Oakley, Knafo, Madhavan, Wilson, 2011)

Závěr

Závěr, který vyvodím, bude navrhovaným shrnutím teorie altruismu, především motivace k altruistickému chování a jeho racionality. Vzhledem k faktu, že názory na altruismus se liší napříč ekonomickým světem, budou tyto závěry ovlivněny mým ztotožněním se s většinou, ale ne všemi autory uvedenými výše v práci.

Altruismus bych rozdělil podle motivace do tří skupin. Prvním typem by byl altruismus, který vzniká, když jedinec maximalizuje pouze svůj zisk. Altruismus v takovém případě vzejde z čistě sobeckého jednání. S touto motivací jsme se setkali například u Dawkinse (1976) nebo Wrighta (1995). Do této skupiny by spadal i altruismus motivovaný čistou reciprocitou. *Já pomohu tobě, když ty pomůžeš mně*. A přitom by jedinec byl lhostejný k užítku druhého člověka. Také bych sem zařadil Wilsonův (1978) *měkký altruismus* nebo zvýšení mezd zaměstnavatelem nad úroveň minimální mzdy, či dokonce i mzdy tržní. V neposlední řadě bych do této skupiny zařadil i v praxi běžný typ altruismu, který jsem v této práci nazval *ostentativní altruismus*.

Do druhé skupiny bych zařadil altruismus motivovaný společností. Člověk se v rámci společnosti snaží budovat dobré jméno, snaží se vystupovat jako altruistický, aby se ostatní chovali altruisticky k němu, buduje si důvěru a vytváří další pouta, která mu v určitých situacích přinášejí výhody. Sem by patřila například *teorie nedokonalého altruismu* (Svoboda, 2010).

Do třetí skupiny by podle mého dělení patřilo chování čistě v zájmu druhých. Patřila by sem pouze ryze nezištná pomoc ostatním lidem. Zde by byl zařazen Wilsonův (1978) *tvrdý altruismus*.

Domnívám se, že za altruismus je vhodné považovat pouze činy, které nejsou motivovány čistou reciprocitou. První z těchto skupin by tedy do mnou navrhované nové definice nezapadala. Za altruismus bych považoval pouze činy, které s vysokou pravděpodobností ani nebudou jedinci oplaceny, natož aby reciprocita byla jediná motivace k takovému chování. Proto bych za altruismus nepovažoval žádná rozhodnutí, ke kterým se člověk dopracuje *čistou ekonomickou racionalitou*, to je maximalizací pouze vlastního užítku. Taková rozhodnutí jsou běžná v celé živočišné říši, jsou naprosto logická,

jsou snadno vysvětlitelná pomocí standardního paradigmatu homo oeconomicus, a nejsou tedy nikterak zajímavá ve smyslu ekonomických zvláštností. Benefit druhého člověka je pouze pozitivní externalitou takového chování, a proto bych ho nenazýval altruistickým. Na základě tohoto závěru by jevy jako měkký altruismus (Wilson, 1978), CSR, sobecké jednání vedoucí k altruistickým následkům (Wright, 1995), a mnoho dalších do mé definice nezapadaly.

Stejně jako vše ostatní v tomto Vesmíru se altruismus vyvíjel postupně. Jeho první známky, které můžeme pozorovat, zde byly již před člověkem. V živočišné říši není výjimkou, že se jedinec obětuje pro druh. Jako příklad lze uvést včelu, která zahyne dávající žihadlo nebezpečnému tvorovi, nebo antilopu, která výkřikem varuje své stádo před nebezpečím, čímž ovšem prozradí svoji polohu a obětuje se tak pro stádo. Původní motivace pro altruismus byla tedy čistě pudová tj. geneticky daná. Postupně s mentálním vývojem člověka, rozvíjením jeho inteligenční a emoční stránky začal vznikat altruismus motivovaný nejen pudy, ale také lidským vědomím.

S rozvojem emocí člověka se do jeho užitkové funkce začínají zahrnovat i lidské pocity. Takovými pocity mohou být právě výše uvedený pocit *warm glow* (Andreoni, 1990, Isen, Levin, 1972), pocit, že je jedinec dobrým člověkem (Walster E., Berschield, Walster W., 1973) nebo udělání správné věci, *do the right thing*, (Dawes, Thaler, 1988). Tyto pocity razantně mění jeho preference, takže zatímco osel si vybere vždy větší hromadu sena a lev si vybere pro něj chutnější maso a supům nechá méně chutné, člověk začíná přemýšlet, zdali jeho výběrem nepřispívá k něčemu „nemorálnímu“, nebo naopak jestli jeho výběr nemůže prospět „morálnímu“. Menší hromada „sena“ a dobrý pocit pak mohou člověku přinést větší užitek než hromada větší.

Chování, které člověku přinese dobrý pocit, ale nemusí být vždy altruistické. Dobrý pocit může přinést člověku i situace, kdy jinému jedinci uškodí. Například v současné americké kinematografii je možné si povšimnout, že je jedinec často schopen obětovat vše za jediným účelem, a to pomstít se. Msta nepřinese většinou žádný užitek, pouze pocit napravení, zadostiučinění, a přesto se k ní člověk uchyluje.

Podle mého názoru by tedy správná definice měla obsahovat jednak podmínku vzdání se svého užitku ve prospěch ostatních, ať již přímo či nepřímo, ale také podmínku,

že se jedná o chování *nezištné*. Tím je vyloučena motivace reciprocitou, chladným ekonomickým kalkulem a tak dále. K altruistickému chování podle méj definice by člověk mohl být motivován buď *vnitřně* genetickou soudržností jedinců, nebo dobrým pocitem, anebo *vnějšně* prostřednictvím sociálních a psychologických tlaků, memů a podobně. Dále bych ještě vyčlenil přímý a nepřímý altruismus.

- 1) přímý altruismus - například almužna
- 2) nepřímý altruismus – například nebudu podporovat výrobce zbraní, výrobce, který týrá zvířata, zaměstnává děti, atd. i když by mi jejich produkty mohly přinést větší užitek, nebo například budu podporovat ekologické produkty...

Opět jsem došel k závěru, že CSR není zdaleka projev altruismu, ale jeho důsledek. Je to využití nepřímého altruismu lidí k maximalizaci zisku dané firmy.

Seznam použitých zdrojů a literatury

ANDREONI, James. Impure altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving. *The Economic Journal*, 1990, roč. 100, č. 401, s. 464-477.

ANGELIDIS, John P., IBRAHIM, Nabil A. Social demand and corporate strategy: a corporate social responsibility model. *Review of Business*, 1993, roč. 15, č. 1, s. 7–10.

BAUER, Michal, CASSAR, Alessandra, CHYTILOVÁ, Julie, HENRICH, Joseph. War's Enduring Effects on the Development of Egalitarian Motivations and In-group Biases. *Psychological Science*, 2014, roč. 25, č. 1, s. 47-57.

BAUMANN, Donald J., CIALDINI, Robert B., KENDRICK, Douglas T. Altruism as hedonism: Helping and self-gratification as equivalent responses. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1981, roč. 40, č. 6, s. 1039-1046.

Bible: Písmo svaté Starého a Nového zákona. Praha: Česká biblická společnost, 1993. 1290 s.

BURNSTEIN, Eugene, CRANDALL, Christian, KITAYAMA, Shinobu. Some Neo-Darwinian Decision Rules for Altruism: Weighing Cues for Inclusive Fitness as a Function of the Biological Importance of the Decision. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1994, č. 67, s. 773-789.

CIALDINI, R. B., et al. Reinterpreting the empathy–altruism relationship: When one into one equals oneness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1997, roč. 73, č. 3, s. 481– 494.

CLARK, John Maurice. *Social Controll of Business*. New York: McGraw Hill, 1939, 537 s. ISBN 978-0678005262.

COOPER, Robert. *American Power in the 21st Century*. 6. Hard Power, Soft Power and the Goals of Diplomacy. Londýn: Polity Press, 2004. ISBN 0-7456-3346-3. S. 167-180.

CUNNINGHAM, Michael R. Weather, mood, and helping behavior: Quasi experiments with the sunshine samaritan. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1979, roč. 37, č. 11, s. 1947-1958.

DARWIN, Charles. *O původu člověka*. Praha: Academia, 2006. 357 s. ISBN 80-200-1423-3.

DAWES, Robyn, THALER, Richard. Anomalies: Cooperation. *The Journal of Economic Perspectives*, 1988, roč. 2, č. 3, s. 187-197.

DAWKINS, R. *The Selfish Gene*. New York: Oxford Univ. Press, 1976. 353 s. ISBN 0-19-2860925

ENDERLE, Georges, TAVIS, A. Lee. A balanced concept of the firm and the measurement of its long-term planning and performance. *Journal of Business Ethics*, 1998, roč. 17, č. 11, s. 1129-1143.

ETZIONI, Amitai. *Morální dimenze ekonomiky*. Praha: Victoria Publishing, 1995. 243 s. ISBN: 808586519.

FRANK, Robert H. *Mikroekonomie a chování*. Praha: Svoboda, 1995. 765 s. ISBN 80-208-0438-9.

FREEMAN, Edward. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. 292 s. ISBN 978-0521151740.

FRIEDMAN, Milton. *Capitalism and Freedom*. Chicago: University Press of Chicago, 1962.

FRIEDMAN, Milton. The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, 13. září 1970, s. 122-126.

GETTY, T. Dear enemies and the prisoners-dilemma-why should territorial neighbors form defensive coalitions? *American Zoologist*, 1987, roč. 27, č. 2, s. 327-336.

GHINGOLD, Mory. Guilt Arousing Marketing Communications: an Unexplored Variable. *Advances in Consumer Research*, 1981, roč. 8, s. 442-448.

GIDWANI, Bahar. CSR Ratings Trends: Are We Making Progress? CSRHUB [online]. 14-2-2012 [cit. 22-4-2014]. Dostupné z <http://www.triplepundit.com/2012/02/csr-ratings-trends-making-progress/>.

HAMILTON, William Donald. The genetical evolution of social behaviour I. and II. *Journal of Theoretical Biology*, 1964, roč. 7, č. 1, s. 1-52.

HARBAUGH, William T. et al. Neural responses to taxation and voluntary giving reveal motives for charitable donations. *Science*, 2007, roč. 316, č. 5831, s. 1622-1625.

HLAVÁČEK, Jiří et al. *Mikroekonomie sounáležitosti se společenstvím*. Praha: Karolinum, 1999. 208 s. ISBN 8071848565.

HLAVÁČEK, Jiří, HLAVÁČEK, Michal. *Teorie zobecněné mikroekonomie*. Praha: Karolinum, 2010. 210 s. ISBN 9788024616858.

HORÁKOVÁ, Petra. Evropský parlament rozhodl, že firmy musí povinně sdělovat, jak jsou odpovědné. *Ihned.cz* [online]. 15-4-2014 [cit. 26-4-2014]. Dostupné z <http://byznys.ihned.cz/c1-62031910-evropsky-parlament-rozhodl-ze-firmy-musi-povinne-sdelovat-jak-jsou-odpovedne>.

ISEN, Alice M., LEVIN, Paula. F. Effect of feeling good on helping: Cookies and kindness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1972, roč. 21, č. 3, s. 384-388.

KAHNEMAN, Daniel, KNETSCH, Jack L. Valuing public goods: The purchase of moral satisfaction. *Journal of Environmental Economics and Management*, 1992, roč. 22, č. 1, s. 57-70.

KOLM Serge-Christophe, MERCIER, Jean. *Handbook of the economics of giving, altruism and reciprocity, Volume 2: Applications*. Amsterdam: North-Holland, 2006. 1343 s. ISBN 978-0444521453

KOLM Serge-Christophe, MERCIER, Jean. *Handbook of the economics of giving, altruism and reciprocity, Volume 2: Applications*. Amsterdam: North-Holland, 2006. 1343 s. ISBN 978-0444521453

KRUGER, D. J. Evolution and altruism: Combining psychological mediators with naturally selected tendencies. *Evolution and Human Behavior*, 2003, roč. 24, č. 2, s. 118–125.

LERNER, D. Linda, FRYXELL, E. Gerard. An empirical study of the predictors of corporate social performance: a multi-dimensional analysis. *Journal of Business Ethics*, 1988, roč. 7, č. 12, s. 951-959.

LEVITT, Steven D., LIST, John A. What Do Laboratory Experiments Measuring Social Preferences Reveal about the Real World?. *The Journal of Economic Perspectives*, 2007, roč. 21, č. 7, s.153–174.

LINHART, J., PETRUSEK, M., VODÁKOVÁ, A., MAŘÍKOVÁ, H. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-310-5.

MCDUGAL, William. *The Energies of Men: A Study of the Fundamentals of Dynamic Psychology*. Londýn: Methuen, 1935, 395 s.

MLČOCH, Lubomír. *Ekonomie důvěry a společného dobra*. Praha: Karolinum, 2006. 196 s. ISBN: 80-246-1188-0.

MOHR, Lois A., WEBB, Deborah J. The effects of corporate social responsibility and price on consumer responses. *Journal of Consumer Affairs*, 2005, roč. 39, č. 1, s. 121–147.

MORRIS, Desmond, *Nahá opice*. Praha: MF, 1971. 154 s.

NAKAMARU, M., et al. The evolution of cooperation in a lattice-structured population. *Journal of Theoretical Biology*, 1997, roč. 184, č. 1, s. 65-81.

OAKLEY, Barbara A. Concepts and implications of altruism bias and pathological altruism. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2013, roč. 110, č. 2., s. 10408-10415.

PHELPS, Edmund S. *Altruism, morality and Economic theory*. New York: Russel Sage Foundation, 1975. 244 s. ISBN 871546590.

POLLOCK, Gregory B. Evolutionary stability of reciprocity in a viscous lattice. *Social Networks*, 1989, roč. 11, č. 3, s. 175-212.

PORTER, Michael E. Creating Shared Value. 17-12-2012 [cit. 29-4-2013]. Dostupné z <http://www.amcham.cz/economic-developement/news/detail/414/>.

REGE, Mari, TELLE, Kjetil. The impact of social approval and framing on cooperation in public good situations. *Journal of Public Economics*, 2004, roč. 88, č. 7 a 8, s. 1625-1644.

RIEGEL, Michal. Rozvojová politika EU: Altruismus nebo nástroj k dosažení vlastních cílů? [Rozvojovka.cz](http://rozvojovka.cz) [online]. [cit. 2014-03-20]. Dostupné z <http://www.rozvojovka.cz/analyzy/133-rozvojova-politika-eu-altruismus-nebo-nastroj-k-dosazeni-vlastnich-cilu.htm>

SAMUELSON, Paul. A., NORDHAUS, William D. *Ekonomie*. Praha: Svoboda, 2008. 780 s. ISBN 80-205-0590-3.

SANTOS, Francisco C., SANTOS, Marta D., PACHECO, Jorge M. Social diversity promotes the emergence of cooperation in public goods games. *Nature*, 2008, č. 454, s. 213-216.

SELTEN, Reinhard. The chain store paradox. *Theory and Decision*, 1978, roč. 9, č. 2, s. 127-159.

SEN, Amartya. *Etika a ekonomie*. Praha: Vyšehrad, 2002. 119 s. ISBN 9788070215494.

SETHI, S. Prakash. *Advocacy Advertising and Large Corporations*. Lexington: Lexington Books, 1977. 355 s.

SCHIFFMAN, Betsy. Donation motivation. *Forbes* [online]. 21-2-2003 [cit. 15-4-2014]. Dostupné z http://www.forbes.com/2003/02/21/cx_bs_0221home.html.

SMITH, Adam. *Theory of moral sentiments*. New Rochelle, New York: Arlington house, 1969. 543 s. ISBN 9780870000614

SMITH, Craig. The new corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, 1994, roč. 72, č. 3, s. 105–116.

SOLLOW, Robert Merton. Blood and thunder. *Yale Law Journal*, 1971, roč. 80, č. 4, s. 1706.

STEWART-WILLIAMS, Steve. Altruism among kin vs. nonkin: effects of cost of help and reciprocal exchange. *Evolution and Human Behavior*, 2007, roč. 28, č. 3, s. 193-198.

STIGLITZ, Joseph, CHARLTON, Andrew. Aid for Trade. *A Report for the Commonwealth* [online]. Březen 2006 [cit. 1-5-2013]. Dostupné z http://works.bepress.com/joseph_stiglitz/9/.

STRAHILEVITZ, Michal. *Donation Magnitude on Willingness to Pay More for a Charity-Linked Brand*. *Journal of consumer psychology*, 1999, roč. 8, č. 3, s. 215-241.

SVOBODA, František. Ekonomika daru, dar a jeho reflexe v ekonomické teorii. *Politická ekonomie*, 2010, roč. 58, č. 1, s. 125. ISSN 0032-3233.

WALSTER, Elaine, BERSCHIED, Ellen, WALSTER, William G. New directions in equity research. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1973, roč. 25, č. 2, s. 151-176.

WILSON, E. O., *On human nature*. Cambridge: Harvard University Press, 1978. 260 s.

WOOD, J. Donna. Corporate social performance revised. *Academy of Management Review*, 1991, roč. 16, č. 4, s. 691–718.

WRIGHT, Robert. *Morální zvíře. Proč jsme, to co jsme*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1995, 478 s.

XIN, Shen. CSR Standards for Listed Companies in China: A Low Level of Quantitative Information Disclosure. *China ESG Monitor* [online]. 2013 [cit. 2-5-2014]. Dostupné z http://www.syntao.com/Themes/Theme_Page_EN.asp?Theme_ID=112&Page_ID=1663

8