



Adam Smith om markedet og om selvet

Adam Smith on the Market and the Self

Erik Lundestad

PhD, Professor i filosofi, Institutt for filosofi og førstesemesterstudier, UiT – Norges Arktiske Universitet

Lundestad har et mangfold av filosofiske interesser og har publisert blant annet om norsk filosofihistorie, amerikansk pragmatisme, common sense filosofi og forholdet mellom økonomi og filosofi. Han har i de senere årene publisert flere artikler om forholdet mellom teknologi og det gode liv.

Erik.Lundestad@uit.no

Sammendrag

Artikkelen fokuserer på hvilken rolle egeninteresse spiller i *The Wealth of Nations* av Adam Smith. Grunnet for diskusjonen vil være et bestemt syn på den vitenskapelige idealiseringen. I henhold til dette synet hevder Smith at aktørene på markedet er motivert av egeninteresse på tross av at han selv vet at dette ikke nødvendigvis er tilfellet. Selv om denne påstanden kan begrunnes pragmatisk, det vil si med henvisning til dens vitenskapelige nytte, argumenteres det for at den faktisk er basert på en fenomenologisk redegjørelse for hvordan markedsaktører forholder seg til hverandre. For å fremvise dette fokuserer artikkelen på Smiths bidrag til 1700-tallets fokus på empati og perspektivisme.

Nøkkelord

marked, selv, egeninteresse, empati, økonomi, Adam Smith

Abstract

The paper focuses on the issue of self-interest in Adam Smith's *The Wealth of Nations*. The basis for the discussion is a certain view of scientific idealizations. According to this view, Smith claims that market agents are motivated by self-interest even though he himself recognizes that, strictly speaking, this is not necessarily so. Even though this claim may be substantiated pragmatically, i.e. with reference to its scientific usefulness, the paper argues that it in fact is based on a phenomenological account of how market agents perceive each other. To show this, the paper highlights Smith's contribution to the 18th century's focus on empathy and perspectivism.

Keywords

market, self, self-interest, empathy, economics, Adam Smith

Jeg skal i denne artikkelen fokusere på i hvilken forstand Adam Smith i *The Wealth of Nations* hevder at markedet er basert på egeninteresse. Legger han til grunn at markedsaktører handler ut fra egeninteresse? Hva betyr i så fall dette? Utgangspunktet mitt vil være et bestemt syn på vitenskapelige idealiseringer. I henhold til dette synet legger Smith til grunn at markedsaktører er motivert av egeninteresse til tross for at han vet at dette strengt tatt ikke er tilfellet. Jeg vil argumentere for at dette synet på Smith har noe for seg, men at det må forankres fenomenologisk, snarere enn pragmatisk. For å vise dette vil jeg ta

utgangspunkt i Smiths bidrag til 1700-tallets fokus på empati og innlevelse og på hans utpreget moderne syn på selvet.

1. Vaihinger, Appiah og Smith

I *As If: Idealization and Ideals* (2017) bygger Kwame Anthony Appiah videre på den i dag langt på vei glemte tyske filosofen Hans Vaihinger og hans hovedverk, *Die Philosophie des Als Ob* (1911). Ifølge Vaihinger går vitenskapen ofte frem «som om» (*as if*) dens forutsetninger er sanne, mens dens egne talspersoner samtidig vet at de ikke er det. Dette utgjør ikke noe problem, mener Vaihinger, men er tvert imot en betingelse for at vi skal kunne gjøre rede for naturen, samfunnet eller oss selv. Ifølge Vaihinger er ikke oppfatninger avbildninger av virkeligheten, men noe som tjener til handling. De setter oss i stand til å gjøre ting. Appiah skriver:

This view of beliefs as fundamentally serving their function in action is evident on the very first page of Vaihinger's 'General Introductory Remarks on Fictional Constructs': 'It must be remembered that the object of the world of ideas as a whole is not the portrayal of reality – this would be an utterly impossible task – but rather to provide an *instrument for finding our way about more easily in the world.*» (Appiah, 2017, s. 5)

Til tross for sitt syn på oppfatninger som noe som tjener til handling, er Vaihinger likevel ikke noen tradisjonell pragmatist. I motsetning til hva tilfellet er innenfor pragmatismen tradisjonelt, er jo poenget til Vaihinger nettopp at det sanne og det nyttige må holdes *adskilt*. Det er bare på dette grunnlaget man kan hevde, slik han gjør, at en oppfatning kan være nyttig *selv om* den ikke er sann.

Et av eksemplene som Vaihinger og Appiah benytter seg av for å illustrere dette poenget er Adam Smiths syn på egeninteresse slik det opptrer i *The Wealth of Nations*. I den engelske oversettelsen av Vaihingers verk, *The Philosophy of «As If»* (1924), heter det blant annet som følger:

The empirical manifestations of human actions are so excessively complicated that they present almost insuperable obstacles when we try to understand them theoretically and reduce them to causal factors. For the construction of his system of political economy it was essential for Adam Smith to interpret human activity causally. With unerring instinct he realised that the main cause lay in egoism and he formulated his assumption in such a way that all human actions, and particularly those of a business or politico-economical nature, could be looked upon *as if* their driving force lay in one factor – egoism. Thus all subsidiary causes and partially conditional factors, such as good will, habit and so forth, are here neglected. With the aid of this abstract cause Adam Smith succeeded in bringing the whole of political economy into an ordered system. (Gjengitt i Appiah, 2017, s. 9)

Vaihingers poeng – som Appiah slutter seg til – er med andre ord at fordi virkeligheten er så kompleks, så må kausale forklaringer nødvendigvis bygge på forenklinger av de faktiske forholdene. Det er en slik forenkling, hevdes det, som Smith legger til grunn i *The Wealth of Nations* når han hevder at alle menneskelige handlinger, eller i det minste alle økonomiske handlinger, er motivert av egeninteresse. Smith mente ikke at alle handlinger rent faktisk er motivert av egeninteresse. Det han mente var at alle handlinger kan betraktes «som om» de er motivert av egeninteresse. Dermed blir naturligvis alle *andre* faktiske motiv oversett. Men ifølge både Vaihinger og Appiah utgjør ikke dette et problem fordi det er ved å legge til grunn at *alle* handlinger er motivert av egeninteresse at Smith kunne etablere politisk økonomi som vitenskap.

Slik Vaihinger og Appiah ser det, hviler Smiths teori om markedet altså på det de omtaler som en «halvsannhet» (*semi-fiction*). Smith legger til grunn en antagelse om at mennesker *per se* er rasjonelle egoister, selv om både Smith selv og hans tilhengere altså er klar over at dette ikke er tilfellet (Appiah, 2017, s. 9). Ifølge Vaihinger bør teoriens grunnleggende antagelser dermed ledsages av «the consciousness that they do not correspond to reality and that they deliberately substitute a fraction of reality for the complete range of causes and effects» (Appiah, 2017, s. 9).

Denne tilnærmingen er interessant av flere grunner. Ikke minst kan den rettferdiggjøre hvorfor store deler av økonomifaget fremdeles holder fast ved en forutsetning som ikke stemmer, nemlig at vi alle er rasjonelle nyttemaksimerende vesener. Til tross for at adferdsøkonomiske studier viser at vi langt fra alltid opptrer i tråd med denne forutsetningen, kan man med utgangspunkt i synet til Vaihinger og Appiah likevel argumentere for at det er mer hensiktsmessig å operere med en forutsetning om at vi er rasjonelle nyttemaksimerende skapninger, enn at vi ikke er det, fordi denne forutsetningen setter oss i stand til å utarbeide allmenne forklaringer på en bedre måte enn om vi skulle legge til grunn at vi *ikke* maksimerer nytte.

Dermed synes tilnærmingen også å være i stand til å løse opp i det såkalte Adam Smith Problemet. Dette problemet dreier seg om hvorvidt *The Theory of Moral Sentiments* og *The Wealth of Nations* motsier hverandre i synet på det psykologiske grunnlaget for handling. Som D. D. Raphael skriver: «*Moral Sentiments*, it was alleged, treats altruistic sympathy as the motive of virtuous action, while *The Wealth of Nations* regards self-interest as the motive of all human action.» (Raphael, 2007, s. 114). Enkelte innflytelsesrike Smith-fortolkere har avskrevet problemet som utdatert (Haakonssen, 1981, s. 197; Raphael, 2007, s. 115). I en videre forstand må imidlertid Adam Smith Problemet sies å angå selve forholdet mellom økonomi og moral som sådan. Flere sentrale forskere (Otterson, 2002; Forman-Barzilai, 2010; Hanley, 2009) har da også argumentert for at selv om den klassiske formuleringen av Adam Smith Problemet nok hvilte på en rekke heller overfladiske lesninger, spesielt av *The Theory of Moral Sentiment* – slik blant andre Haakonssen og Raphael med rette har hevdet – så kan spørsmålet om konsistensen mellom de to verkene til Smith likevel ikke avskrives så lett som mange tidligere har antatt.

For de av oss med et pragmatisk temperament er det derfor fristende å si, med Vaihinger og Appiah, at når Smith i *The Wealth of Nations* legger til grunn at vi er motivert av egeninteresse, så gjør han ikke dette fordi han antar at dette er empirisk korrekt. Han gjør det fordi han med rette antar at det vil være en hensiktsmessig forutsetning å basere politisk-økonomisk vitenskap på.

Vi bør likevel holde litt igjen. Til tross for at Vaihinger og Appiah utvilsomt har rett i at Smiths tilnærming til markedet i *The Wealth of Nations* kan gis en pragmatisk begrunnelse av den typen vi har skissert ovenfor, så tror jeg likevel det er feil å hevde at dette er Smiths egen begrunnelse. Jeg skal i det følgende argumentere for at det hos Smith snarere finnes anslag til en fenomenologisk begrunnelse for at økonomiske handlinger kan betraktes *som om* de er motivert av egeninteresse. Det Smith legger til grunn for sin politiske økonomi er en beskrivelse av hvordan markedsaktørene *selv* forholder seg til hverandre.

For å begrunne denne tolkningen skal jeg analysere noen få av de mest kjente og oftest siterte passasjene i *The Wealth of Nations*, og ikke minst den konteksten som de opptrer i. Før jeg gjør dette, er det likevel nødvendig å se nærmere på hva det ifølge Smith vil si å overhode være et selv. Jeg skal i fremstillingen av dette støtte meg til en ny utgivelse av Samuel Fleischacker: *Being Me Being You: Adam Smith and Empathy* (2019). Her blir Adam Smith med rette sagt å gi et sentralt bidrag til den nye oppfatningen av selvet som vokste frem på

1700-tallet. Som vi skal se, er det å være et selv i henhold til denne moderne oppfatningen å besitte et særskilt *perspektiv*.

2. Smith om selvet

I den amerikanske uavhengighetserklæringen heter det: «We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain unalienable Rights, that among these are Life, Liberty, and the pursuit of happiness.» I *Inventing Human Rights* (2007) hevder Lynn Hunt at bakgrunnen for at det kunne fremstå som selvsagt (*self-evident*) for Thomas Jefferson og andre at det finnes rettigheter som tilkommer en bare i kraft av å være menneske, er å finne i litteraturen, og spesielt i 1700-talls romanen. Gjennom en rekke litterære eksempler viser Hunt hvordan datidens romaner kom til å resultere i økt empati for andre. Det er etter hennes mening langt fra tilfeldig at tre av 1700-tallets romaner som i størst grad fokuserte på psykologisk identifikasjon, Samuel Richardsons (1689–1761) *Pamela* (1740) og *Clarissa* (1747–48), samt Jean Jacques Rousseaus (1712–1778) *Julie* (1761) alle ble publisert i perioden like før uttrykket «menneskerettigheter» ble tatt i bruk. Gjennom disse romanene, hevder Hunt, kom menn til å identifisere seg med livet til kvinner og dermed gjenkjenne egenskaper og evner i disse kvinnene som de betraktet som verdifulle i sine egne liv.

Også Steven Pinker gjør et poeng av den effekten som 1700-tallets roman hadde på den normative statusen til andre mennesker og dermed for den «humanitære revolusjonen». Pinker karakteriserer romanen som en «teknologi for perspektivtaking» (Pinker, 2011, s. 211) og skriver som følger:

When someone else's thoughts are in your head, you are observing the world from that person's vantage point, not only are you taking in sights and sounds that you could not experience firsthand, but you have stepped inside the person's mind and are temporarily sharing his or her attitudes and reactions. (Pinker, 2011, s. 211)

Det er nettopp denne evnen til å innta andres perspektiv som ifølge Pinker leder til medfølelse med den andre:

Stepping into someone else's vantage point reminds you that the other fellow has a first-person, present-tense, ongoing stream of consciousness that is very much like your own but not the same as your own. It's not a big leap to suppose that the habit of reading other people's words could put one in the habit of entering other people's minds, including their pleasures and pains. Slipping even for a moment into the perspective of someone who is turning black in a pillory or desperately pushing burning faggots away from her body or convulsing under the two hundredth stroke of the lash may give a person second thoughts as to whether these cruelties should ever be visited upon anyone. (Pinker, 2011, s. 211)

Den perspektivtakingen som finner sted i romanen slik den utviklet seg på 1700-tallet gjør det altså mulig for oss å få en litterær tilgang til andres bevissthet. Vi lærer oss, slik Pinker beskriver det, at andre mennesker har en «innside» som er svært lik vår egen. Det er nettopp denne muligheten vi har til å, gjennom forestillingsevnen, innta den andres perspektiv som gir opphav til medfølelse.

Samuel Fleischacker har på en overbevisende måte argumentert for at Adam Smith er en svært sentral bidragsyter til det fokuset på empati og perspektivisme som kom så sterkt til uttrykk på 1700-tallet og som altså manifesterte seg, blant annet i de nevnte romanene til Richardson og Rousseau. Det fremste bidraget til Smith ligger i hans analytiske utforskning

av hvordan vi kommer til å føle hva andre føler ved å projisere oss selv inn i situasjonen til den andre og dermed forestille oss hvordan det oppleves å befinne seg i denne situasjonen. (Fleischacker, 2019, s. 23).

Smiths bidrag skiller seg på dette punktet vesentlig fra den oppfatningen av empati som vi finner hos David Hume. Ifølge Hume «smitter» følelsene fra den ene til den andre. Siden du ser trist ut, føler jeg meg også trist. Hvordan smitten angivelig skjer er ikke klart gjort rede for hos Hume.

Smith åpner rett nok også for at følelser i enkelte tilfeller kan «smitte». Andres sterke glede eller sorg kan få oss selv til enten å lyse opp eller til å bli nedtrykt. Men til og med i slike tilfeller overføres disse følelsene «because they suggest to us the general idea of some good or bad fortune that has befallen the person in whom we observe them» (Smith, 2000 [1759], s. 6). Vi setter oss altså inn i *situasjonen* til den som opplever enten sterk glede eller sorg. Vi kan ifølge Smith ikke føle empati med den andre uten at vi vet noe om hva som foregår med ham eller henne:

General lamentations, which express nothing but the anguish of the sufferer, create rather a curiosity to inquire into his situation [...] than any actual sympathy [Smiths betegnelse på empati] that is very sensible. The first question which we ask is, What has befallen you? Till this be answered, though we are uneasy both from the vague idea of his misfortune, and still more from torturing ourselves with conjectures about what it may be, yet our fellow-feeling is not very considerable. (Smith, 2000 [1759], s. 7)

Smith konkluderer med at empati «does not arise so much from the view of the passion, as from the situation which excites it» (Smith, 2000 [1759], s. 6). Det er en konsekvens av dette synet på empati at det kan være at jeg selv føler noe annet enn det du føler når jeg føler empati med deg. Når jeg ser noen bli fornærmet kan jeg for eksempel forestille meg at jeg nok ville blitt sint, men ikke så sint som denne personen faktisk er, eller, på den andre siden, mer sint enn denne er. Når jeg ser noen motta en pris kan jeg likeledes tenke at jeg ikke ville vært riktig så fornøyd med meg selv som denne personen er, eller kanskje jeg ville vært mere fornøyd. I henhold til Smiths syn på empati kan det altså åpne seg en avstand mellom de følelsene som vi selv har når vi identifiserer oss med andre og de følelsene som denne personen selv har. Det er ifølge Smith likevel slik at vi sterkt etterstreber en harmoni mellom hverandres følelser, noe som motiverer oss både til å forsøke å forstå hvorfor den andre har de følelsene som han eller hun har, og til å justere våre egne følelser når vi innser at andre ikke identifiserer seg med disse følelsene.

Det må understrekes at ifølge Smiths redegjørelse for empati, så er det ikke slik at denne består i å føle *det* som den andre føler. Empati består snarere i å forestille seg hvordan noe føles *for ham eller henne*. Slik vi har vært inne på ovenfor hviler vår mulighet for empati ifølge Smith på anerkjennelsen av at den andre har en bevissthet som skiller seg fra min egen – et eget, selvstendig perspektiv, om man vil. Når jeg føler empati med deg forsøker jeg, med utgangspunkt i mitt eget perspektiv, å sette meg inn i hvordan du opplever det, fra ditt perspektiv.

Som tidligere nevnt, er det ifølge Smith også slik at vi sterkt etterstreber en harmoni mellom hverandres følelser. Gjensidig empati er alltid er en kilde til glede. Det er ikke klart nøyaktig hvordan alle aspekter ved dette poenget skal forstås. Det som likevel er klart, er at mens Smith innrømmer at det er smertefullt å dele andres sorg, så kan vi likevel med rette hevde at *bevisstheten* om at jeg deler den andres følelser resulterer i glede. Selv om jeg i en begravelse sørger over tapet av en slektning kan jeg likevel finne støtte i at de andre tilstedeværende deler min sorg.

Det menneskelige fellesskapet er i henhold til dette synet grunnlagt på en trang til å overskride den avstanden som følger med at hver enkelt av oss besitter et særskilt perspektiv. Her er Fleischacker:

What unites me sentimentally with the rest of humankind is not just a disposition to have certain feelings in certain circumstances, but an ability to be aware of these feelings, in myself and others, *as* from a distinct perspective. Only because we have distinct perspectives do we worry about our differences from others; only because we worry about that do we take pleasure in discovering that we are not so different after all. But that discovery, fully spelled out, amounts to the realization that *we are similar while distinct*, that we retain our uniqueness even as we have similar reactions – that, indeed, one of the main things we have in common is our ability to be unique. (Fleischacker, 2019, s. 31)

Oppsummeringsvis kan vi si at det å være et selv ifølge Smith er å besitte et perspektiv; et felt av oppfatninger og holdninger som er formet på bakgrunn av tidligere opplevelser og som vi betrakter virkeligheten med utgangspunkt i. Fordi min bakgrunn er annerledes enn din vil også mitt perspektiv være annerledes enn ditt. Det vi har til felles, det som gjør oss alle til mennesker, er imidlertid det *at* vi alle besitter et slikt perspektiv. Som vi har sett kan vi også tre inn i hverandres perspektiv gjennom empati. Det er bare ved å gjøre dette at vi kan komme til å innse at, og på hvilken måte, vi skiller oss fra hverandre. Det er altså bare gjennom å innse at de andres perspektiv er annerledes enn vårt eget at vi kommer til å erkjenne at vi selv har et bestemt perspektiv.

La oss nå, gitt denne beskrivelsen av hva det ifølge Smith er å være et selv, se på hvordan han beskriver markedsrelasjoner. Som jeg skal vise spiller perspektivismen en sentral rolle også her.

3. Smith om markedet og egeninteresse

Ifølge Vaihinger og Appiah tror ikke Smith egentlig at mennesket er motivert kun av egeninteresse. Dette er naturligvis i overensstemmelse med den tolkningen av *The Theory of Moral Sentiments* som er presentert ovenfor. Snarere enn å være karakterisert av egeninteresse er det som kjennetegner oss ifølge Smith at vi besitter et bestemt perspektiv: et sett av oppfatninger, holdninger og verdier som vi møter verden og andre mennesker på bakgrunn av. Dette perspektivet, har vi understreket, streber vi etter å bringe i samsvar med perspektivene til andre. I *The Theory of Moral Sentiments* kritiserer da også Smith eksplisitt det synet som tilsier at vi, når vi bifaller en handling, gjør dette på grunnlag av egeninteresse (2000, [1759], s. 463–467).

Det er likevel vanlig å hevde, slik Vaihinger og Appiah også gjør, at Smith i *The Wealth of Nations* faktisk legger til grunn at det er egeninteresse som motiverer oss. En slik oppfatning av Smith belegges gjerne med henvisning til noen relativt få, men ofte siterte passasjer fra *The Wealth of Nations*. La oss se nærmere på den i særklasse mest kjente, og oftest siterte av disse passasjene:

It is not from the benevolence of the butcher, the brewer or the baker, that we expect our dinner, but from their regard to their own interest. We address ourselves, not to their humanity but to their self-love, and never talk to them of our own necessities but of their advantages. Nobody but a beggar chuses to depend chiefly upon the benevolence of his fellow-citizens. Even a beggar does not depend upon it entirely. (Smith, 1976 [1776], s. 18)

Det som skaper inntrykk av at Smith i *The Wealth of Nations* legger til grunn at markedet er basert på snever egeninteresse er at han, som i denne passasjen, ser ut til å gjøre et nummer av at markedsaktører kan og bør vektlegge sine egne interesser snarere enn interessene til andre aktører. Det samme poenget synes å komme til uttrykk når Smith, like forut for denne passasjen, karakteriserer markedsrelasjonen på følgende måte: «Give me that which I want, and you shall have this which you want, is the meaning of every such offer, and it is in this manner that we obtain from one another the far greater part of those good offices which we stand in need of» (Smith, 1976 [1776], s. 18). I annen velkjent passasje heter det, på tilsvarende vis: «I have never known much good done by those who affected to trade for the public good» (Smith, 1976 [1776], s. 478).

Før vi går nærmere inn på hvordan disse velkjente passasjene bør tolkes, er det viktig å se nærmere på den konteksten som den opptrer innenfor, nemlig spørsmålet om selve grunnlaget for arbeidsdelingen. Her er åpningen på Smiths diskusjon av selve arbeidsdelingens opprinnelse:

The division of labour, from which so many advantages are derived, is not originally the effect of any human wisdom, which foresees and intends that general opulence to which it gives occasion. It is the necessary, though very slow and gradual, consequence of a certain propensity in human nature which has in view no such extensive utility; the propensity to truck, barter and exchange things for each other. (Smith, 1976 [1776], s.17)

I denne passasjen blir det gjort klart at selve kilden til arbeidsdelingen ifølge Smith er å finne i vår tilbøyelighet til å utveksle og bytte ting med hverandre. Etter å ha slått dette fast, går Smith videre til å reise spørsmålet om hva denne tilbøyeligheten egentlig har sitt grunnlag i. Her igjen, er Smith selv:

Whether this propensity be one of those original principles in human nature, of which no further account can be given; or whether, as seems more probable, it be the necessary consequence of the faculties of reason and speech, it belongs not to our present subject to enquire. It is common to all men, and to be found in no other race of animals, which seem to know neither this nor any other species of contracts. (Smith, 1976 [1776], s.17)

Til tross for at Smith mener at spørsmålet om hva som utgjør opprinnelsen til vår tilbøyelighet til å bytte og utveksle gjenstander med hverandre ligger utenfor temaet hans, blir det likevel klart at a) det å bedrive slik byttehandel hviler på en avtaleinngåelse og at b) det å inngå avtaler av denne eller lignende typer utgjør et særtrekk ved mennesket og dermed skiller oss fra (andre) dyr. Smiths poeng, positivt formulert, er altså at markedsrelasjonen har sin kilde i en tilbøyelighet som skiller oss fra alle andre dyr og som kommer til uttrykk i vår evne til å inngå avtaler.

Hva er det karakteristiske ved inngåelsen av avtaler? Hva betyr det å inngå en kontrakt om å kjøpe eller selge noe til en annen person? Hvordan forholder vi oss til hverandre når vi inngår en slik avtale? Det er *disse* spørsmålene Smith besvarer i passasjen om slakteren, bryggeren og bakeren.

Vi har i forrige del sett av Smith i *The Theory of Moral Sentiments* kan sies å legge til grunn at det å ha et selv er å besitte et bestemt perspektiv. Smith, ble det der argumentert for, gir et sentralt bidrag til 1700-tallets forståelse av hva det vil si å besitte et særskilt perspektiv. Om vi mot denne bakgrunnen ser nærmere på passasjen om slakteren, bryggeren og bakeren, vil vi se at det som der blir beskrevet *ikke* er motivene til slakteren, bryggeren eller bakeren selv, men *kundens perspektiv på disse* (Fleischacker, 2004, s. 90). Smith hevder

ikke at slakteren, bryggeren eller bakeren faktisk handler ut fra egeninteresse. Det han hevder er at vi, deres kunder, *ikke appellerer til* noe annet eller mer enn det som er i slakteren, bryggeren eller bakerens interesse.

Dette er en avgjørende forskjell. Om vi legger det som nå er sagt til grunn, kan vi si at passasjene handler om hvordan vi i en markedsrelasjon forholder oss til hverandre. De bygger med andre ord på den formen for *perspektivisme* som Smith gjør seg til talsperson for i *The Theory of Moral Sentiment*, som vi har presentert i del II. Det som blir beskrevet i passasjene er med andre ord hvordan slakteren, bryggeren eller bakeren fremtrer fra perspektivet til oss som deres kunder.

Det som blir påstått er med andre ord at vi, kundene til slakteren, bryggeren eller bakeren, med utgangspunkt i vårt eget perspektiv, appellerer til hva den andre er ute etter. Markedsrelasjonen hviler altså ifølge Smith på en empatisk tilnærming hvorigjennom vi forestiller oss hva den andre, med utgangspunkt i sitt eget perspektiv, trenger.

Dette er i overensstemmelse med den kritikken Smith i *The Theory of Moral Sentiments* gir av de formene for tenkning (Hobbes, etc.) som tilsier at når vi bifaller en handling, så gjør vi alltid dette med utgangspunkt i egeninteresse. Når vi bifaller handlingene til den romerske statsmannen Cato, for eksempel, så gjør vi ikke dette fordi vi mener at hans handlinger er nyttige for oss i dag. Vi gjør det fordi vi *forestiller* oss på hvilken måte de ville vært nyttige for oss om vi hadde vært en av hans samtidige, eller om vi hadde møtt på en person i dag som hadde utført tilsvarende handlinger (Smith, 2000 [1759], s. 465).

Den empatien som ifølge denne oppfatningen derfor ligger til grunn for vårt bifall av handlinger kan ifølge Smith ikke selv reduseres til egeninteresse. Når jeg føler empati med deg etter tapet av en slektning, så er det jeg – ifølge Smith – betrakter, ikke hvordan jeg ville sørget om jeg hadde mistet en tilsvarende slektning, men hvordan jeg ville sørget *om jeg var deg*. Som Smith skriver: «... I not only change circumstances with you, but I change persons and characters. My grief, therefore, is entirely upon your account, and not in the least upon my own» (Smith, 2000 [1759], s. 466). Den sorgen jeg føler kan derfor heller ikke være selvisk. Ifølge Smith springer hele den oppfatningen som tilsier at alt vi gjør blir gjort av egeninteresse ut av en misforståelse av hva det vil si å være empatisk (Smith, 2000 [1759], s. 466).

Når Smith skriver at jeg, som din kunde, appellerer til hva som er i din egen interesse snarere enn til din omsorg for meg, så betyr altså ikke dette at relasjonen mellom oss ikke hviler på empati – hvis vi med dette mener selve evnen til å sette oss inn i hverandres perspektiv. Det at jeg i det hele tatt skal være i stand til å appellere til din egeninteresse forutsetter nettopp at jeg er i stand til å sette meg inn i hva dine interesser er.

Det at jeg appellerer til din egeninteresse snarere enn til din omsorg innebærer imidlertid at jeg ikke appellerer til din *medfølelse*. Som aktører på markedet streber vi derfor ikke, slik vi har sett at vi ifølge Smith ellers gjør, etter å etablere en harmoni mellom hverandres følelser. Snarere enn å forsøke å bringe våre følelser i samsvar med hverandre, forsøker jeg å få det jeg vil ved appellere til dine ønsker og behov slik de faktisk foreligger og *vice versa*.

Egeninteresse sier dermed ikke noe om hvilket motiv som ligger til grunn for markedssaktørenes handlinger, men om det faktum at disse aktørene, snarere enn å ha felles perspektiv, har perspektiv som *står opp mot hverandre*. Det er det at perspektivene til aktørene på dette viset står opp mot hverandre som gjør det både ønskelig og nødvendig for de å inngå kontrakter eller avtaler.

Markedsrelasjonen er, ut fra det som nå er sagt, en relasjon som skiller seg markant fra den vi har til de menneskene vi til daglig omgås. Vi har tidligere sett at vi ifølge Smith alle streber etter å overskride avstanden mellom vårt eget og andres perspektiv. Dette gjør vi gjennom empati, eller altså ved å leve oss inn i situasjonen til den andre. Det er likevel ingen

tvil om at vår evne til medfølelse er begrenset. Martha C. Nussbaum, for eksempel, har poengtert at «Even though compassion has the potential to connect us to a larger group of humans, it will not do so without a moral achievement that is at least coequal with it, in which we focus on the suffering person or people as among our significant goals and ends, as part of our circle of concern» (Nussbaum, 2004, s. 51). Med direkte henvisning til Smith skriver hun: «Adam Smith wryly comments that people who feel compassion for the victims of an earthquake in China will lose that emotion completely if they are distracted by a pain in their little finger. This uneven and perspectival character of compassion poses problems for moral education and for ethics» (Nussbaum, 2004, s. 51). Andre vil gå lengre enn Nussbaum og argumentere for at denne svakheten ved medfølelse gjør at følelser er uegnet som grunnlag for moralsk praksis (Bloom, 2016).

Smith er altså i høyeste grad klar over begrensningene ved vår evne til medfølelse. Som James R. Otteson poengterer: «[F]or Smith, the benevolence one feels toward another is a function of the knowledge one has of that other, or of one's familiarity with that other» (Otteson, 2002, s. 83). Det følger av dette at jo mer vi omgås noen, desto mer vil vi bry oss om dem. Her, igjen, er Otteson: «[W]e feel natural affection ... principally for those who are closest to us» (Otteson, 2002, s. 184).

Det er rimelig å hevde, med Otteson, at det er nettopp det faktum at vår evne til medfølelse er begrenset, som åpner opp for den beskrivelsen av markedet og av markedsrelasjoner som Smith gir i *The Wealth of Nations*. Med henvisning til passasjen om slakteren, bryggeren og bakeren skriver Otteson: «These people are not members of one's family and are most likely not one's friends – though, of course, one might be acquainted with them, depending in part on the size of one's community» (Otteson, 2002, s. 190). Poenget er altså at mens vi i nære relasjoner kan støtte oss til andre og deres evne til empati, så kan ikke dette være tilfellet i vår omgang med fremmede.

Fordelene med å basere vår omgang med fremmede på slike avtalebaserte relasjoner som markedsrelasjonen utgjør, kommer til uttrykk idet Smith, i passasjen om slakteren, bryggeren og bakeren kontrasterer det forholdet vi, deres kunder, har til disse aktørene med det forholdet som tiggeren har til dem. Mens vi som markedsaktører appellerer til egeninteressen til disse aktørene, har ikke tiggeren på sin side annet valg enn å appellere til deres medfølelse. Til forskjell fra oss kan tiggeren bare håpe på at de har medfølelse med ham og hans situasjon. Tiggeren, kan det dermed hevdes, illustrerer hva det vil si å være avhengig av medfølelsen til fremmede.

Det særegne ved avtalebaserte relasjoner som markedsrelasjonen er et eksempel på, er altså at de er relasjoner mellom fremmede. Slike relasjoner viser hvordan begge parter kan komme fordelaktig ut av en situasjon hvor vi, snarere enn å forsøke å bringe perspektivene våre i samsvar, legger til grunn at de er ulike og at dine interesser ikke nødvendigvis er mine og vice versa. Dette er et vesentlig skille mellom oss og dyr: «When an animal wants to obtain something either of a man or of another animal, it has no other mean of persuasion but to gain the favour of those whose service it requires» (Smith, 2000 [1759], s. 18).

Det som nå er sagt utelukker ikke at vi kan bli møtt med velvilje av en slakter, brygger eller baker. Det betyr bare at vi, som aktører på et marked, ikke forventer, og heller ikke kan forvente, å bli møtt med velvilje. Om vi skulle bli møtt med velvilje vil ikke relasjonen lengre være en markedsrelasjon. Om for eksempel en slakter skulle velge å gi en skinke til sin svigerbror, så er ikke dette, slik Otteson påpeker i det følgende, å betrakte som en «business relation; it is a transaction between brothers-in-law, not between a producer and a consumer» (Otteson, 2002, s.193).

Markedet, slik Smith fremstiller det, er altså et møtested for aktører som, fordi de ikke har et nært eller familiært forhold til hverandre, fremstår med ulike interesser, oppfatninger

og holdninger. Det kan naturligvis være at noen av disse handler ut fra egeninteresse, forstått som at de bare fokuserer på seg selv og på sitt, men de kan like gjerne handle ut fra omtanke for sine nærmeste. Hvorvidt de gjør det ene eller det andre spiller ingen rolle for markedsrelasjonen slik Smith beskriver den. Det er irrelevant for denne relasjonen hvilke motiver aktørene rent faktisk måtte ha. Det avgjørende for slike relasjoner er bare at vi ikke handler ut fra medfølelse for den andre.

For å kunne anerkjenne dette poenget, er det av avgjørende betydning at vi anerkjenner at det er perspektivet til oss selv, deres kunder, som beskrives, blant annet i den berømte passasjen om slakteren, bryggeren og bakeren. De fleste kommentatorer går etter mitt syn ikke langt nok i å gjøre dette. Samuel Fleischacker, for eksempel, fastholder at Smith betrakter egeninteressen som det sentrale motivet som markedsrelasjonen bygger på. Ifølge ham fremgår dette av den måten Smith karakteriserer denne relasjonen på i den tidligere gjengitte passasjen: «Give me that which I want, and you shall have this which you want, is the meaning of every such offer, and it is in this manner that we obtain from one another the far greater part of those good offices which we stand in need of» (Smith, 1976 [1776], s.18). Men er det virkelig dette passasjen viser oss?

Igjen er det av sentral betydning å fremheve at dette avsnittet ikke gir en nøytral, tredjepersons beskrivelse av markedsrelasjonen. Beskrivelsen er gjort fra førstepersonsperspektivet til en aktør på markedet. Den er ikke ment å gi oss en moralpsykologisk innsikt i grunnlaget for våre handlinger, men si noe om hvordan jeg som markedsaktør forholder meg til deg, forstått som en annen slik aktør. Det kan naturligvis være at du handler ut fra egeninteresse. Hvem vet? I henhold til det som er sagt, er det ingen grunn til å anta at Smith forutsetter at det finnes en bestemt motivasjon som ligger under all adferd på markedet. Markedsaktører kan ha mange ulike grunner til å opptre som de gjør. Hva deres motiv består i er ganske enkelt ikke relevant. Det eneste som betyr noe er at vi forholder oss til den andre som noen som, i likhet med oss selv, er i besittelse av bestemte interesser som kan tilfredstilles ved at vi inngår avtaler med hverandre.

IV

Gitt tolkningen som er presentert ovenfor kan vi si at Smith, i beskrivelsen av hvordan markedet fungerer, legger til grunn perspektivet til markedsaktørene selv. Smith er, slik Emma Rothschild har vektlagt, en markert forsvarer av individuell frihet og opplysning. Som sådan ønsker han å forsvare og ivareta aktørenes eget perspektiv (Rothschild, 2001, s. 136). Det kan legges til at markedet, som en sosial institusjon, bare eksisterer relativt i forhold til våre oppfatninger om og holdninger til det. Tar vi bort disse oppfatningene og holdningene til markedet og til markedsrelasjonen vil det ikke være noe tilbake. Ethvert forsøk på å redegjøre for en sosial institusjon, kan vi dermed si, må forholde seg til hvordan aktørene selv forholder seg til denne institusjonen. Man må begynne, slik Smith gjør, med oppfatningene og holdningene til aktørene selv.

Det er likevel klart at Smith må forlate aktørperspektivet når han skal redegjøre for de faktiske effektene av markedet som institusjon. I henhold til den lesningen som er presentert ovenfor må Smiths utsagn om «den usynlige hånd» betraktes, ikke som en fremstilling av hvordan private laster blir offentlige dyder, men som en tematisering av selve forholdet mellom aktørenes eget perspektiv på den ene siden og et nøytralt tredjepersons perspektiv på den andre siden.

Ifølge Emma Rothschild må passasjene om den usynlige hånd betraktes som særdeles lite karakteristisk for Smith. «One reason to suspect that Smith was not entirely enthusiastic

about theories of the invisible hand», skriver hun, «is that these theories are extremely condescending about the intentions of individual agents» (Rothschild, 2001, s. 136). Smith er en markert forsvarer av individuell frihet og opplysning, «in the sense of the dispositions of individuals to be independent and to see through projects ... But the subjects of the invisible hand explanations are blind, in the sense that they cannot see the hand by which they are led. They are unenlightened» (Rothschild, 2001, s. 123). Dermed konkluderer hun at «[t]he idea of the invisible hand, like the words in which it is described, is ... unimportant to his theory» (Rotschild, 2001, s.136).

Gitt den tolkningen av Smith som er presentert ovenfor trenger vi ikke slutte oss til en slik konklusjon. På samme måte som aktørenes perspektiv er nødvendig for å redegjøre for eksistensen av markedet som institusjon, så anerkjenner Smith at et eksternt, tredjepersons perspektiv er nødvendig for å redegjøre for dets virkning på samfunnet som sådan. Fra dette eksterne perspektivet vil ikke aktørene lengre fremstå som aktører. Grunnen til dette er at deres adferd ikke lengre betraktes med utgangspunkt i deres egne intensjoner, men i dens faktiske virkninger.

Dette skiftet fra et førstepersons- til et tredjepersonsperspektiv trenger ikke betraktes som en oppgivelse av individuell frihet og opplysning, slik Rothschild hevder. Det er ikke slik at Smith her oppgir førstepersonsperspektivet. Skiftet i fokus innebærer bare at han anerkjenner at et skifte i tema også innebærer et skifte i perspektiv. Mens noen tema krever at vi inntar aktørenes eget perspektiv, krever andre tema at vi betrakter aktørene utenfra, fra et eksternt ståsted.

Det at egeninteresse primært skal oppfattes som en forutsetning for selve markedsrelasjonen betyr ikke at egeninteresse ikke også opptrer som et motiv for handling hos Smith. Smith ønsker naturligvis ikke å benekte at det hender at vi handler ut fra snever egeninteresse. Man kan til og med gå så langt som til å si at markedet som institusjon ifølge Smith, ser ut til å lede til en økt utbredelse av egeninteresse som motiv. Poenget er vi, ved å forholde oss til hverandre «som om» vi er motivert av egeninteresse, samtidig åpner for at det er akseptabelt å legge empati og innlevelse til side. Markedet kan dermed sies å resultere i en utbredelse av egeninteresse som motiv, nettopp fordi det forutsetter at vi kan og bør tilside-sette forsøket på å sette oss inn i den andre.

Smith var i det hele tatt sterkt ambivalent med hensyn til den effekten som markedet faktisk har på samfunnet. Prosjektet i *The Wealth of Nations* er naturligvis, som tittelen forteller, å forklare hvorfor noen stater blir velstående mens andre ikke blir det. Det er derfor, slik Albert O. Hirschman har poengtert, overraskende å finne at Smith karakteriserer de rike landenes velstand, hvor selv de fattigste «may enjoy a greater share of the necessaries and conveniences of life than it is possible for any savage to acquire» (Smith, 1976 [1776], s. 2) på nedsettende vis. Her er Hirschman:

[T]hese same conveniences [are] referred to in the most disparaging terms! This is what happens, without having been duly noticed, in the well-known Chapter 4 of Book III, entitled 'How the Commerce of Towns Contributed to the Improvement of the Country,' where Smith describes how the appetite of the 'great proprietors' for various domestic and imported manufactures led to the loosening of feudal ties. The feudal lords gave up their retainers and entered into longer-term contracts with their tenants in order to be able to acquire the goods offered by 'merchants and artificers.' This is described variously as an act of 'folly' or as a selling of 'their birthright,' while the goods acquired in the process are characterized as 'trinkets and baubles, fitter to be play-things of children than the serious pursuit of men,' or, for illustrative purposes, as 'a pair of diamond buckles ... or something as frivolous and useless. (Hirschman, 1982, s. 47)

Ifølge Hirschman skyldes ikke denne dommen at Smith misliker føydalsystemet og føydalherrene. Han benytter det samme nedlatende språket når han, i *The Theory of Moral Sentiments*, karakteriserer hva man kan kjøpe for penger. Smiths dom, skriver Hirschman, er hard:

Power and riches appear then to be ... enormous and operose machines contrived to produce a few trifling conveniencies to the body ... [T]hough they may save [their owner] from some smaller inconveniencies, [they] can protect him from none of the severer inclemencies of the season. They keep of the summer shower, not the winter storm, but leave him always as much, and sometimes more, exposed than before to anxiety, to fear, and to sorrow; to disease, this interto danger and to death. (Smith gjengitt i Hirschman, 1982, s. 48)

Slik Hirschman ser det, var Smith høyst ambivalent med hensyn til materialismen i sin egen tid. Denne ambivalensen reflekterer den vi kan finne blant «generation after generation of Western intellectuals both celebrating and vilifying material progress» (Hirschman, 1982, s. 49–50).

Det er, gitt den presenterte lesningen, ingen grunn til å være uenig med Hirschman på dette punktet. Ambivalensen må tvert imot sies å følge av de skiftninger i perspektiv som kommer til uttrykk hos Smith. Mens markedet og den materielle fremgangen det resulterer i fremstår som attraktivt, ikke minst fordi det følger av individenes egne beslutninger om å inngå avtaler med hverandre, så fremstår de samme avtalene, og den materielle veksten de resulterer i, som langt mindre attraktiv når man betrakter denne utenfra, med utgangspunkt i hva den faktisk anvendes til.

Vi har sett at Vaihinger og Appiah har rett i at Smith faktisk ikke mener at vi alle handler ut fra egeninteresse. Likevel legges altså egeninteressen til grunn hos Smith. I den forstand er det riktig å hevde at Smith går frem «som om» markedøkonomien hviler på egeninteresse. Smiths utsagn om egeninteresse burde derfor ledsages av «the consciousness that they do not correspond to reality and that they deliberately substitute a fraction of reality for the complete range of causes and effects» (Appiah, 2017, s. 9). Til tross for at det er mulig å gi en pragmatisk begrunnelse for denne fremgangsmåten, har vi likevel sett at dette ikke er Smiths egen begrunnelse.

Om den tolkningen som er presentert ovenfor er korrekt, idealiserer ikke Smith aktørene på markedet. Det han gjør er snarere å se på hvordan markedsaktører faktisk forholder seg til hverandre. Fremgangsmåten er begrunnet fenomenologisk. Dette fremgår når man leser *The Wealth of Nations* i forlengelsen av perspektivismen som kommer til uttrykk i *The Theory of Moral Sentiments*.

Referanser

- Appiah, Kwame Anthony (2017). *As If: Idealizations and Ideals*. Cambridge, MA.; London: Harvard University Press.
- Bloom, Paul (2016). *Against Empathy: The Case for Rational Compassion*. London: The Bodley Head.
- Fleischacker, Samuel (2004). *On Adam Smith's Wealth of Nations*. Princeton; Oxford: Princeton University Press.
- Fleischacker, Samuel (2019). *Being me being you: Adam Smith and empathy*. Chicago: Chicago University Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226661926.001.0001>
- Forman-Barzilai, Fonna (2010). *Adam Smith and the Circles of Sympathy: Cosmopolitanism and Moral Theory*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511676352>
- Haakonssen, Knud (1981). *The Science of a Legislator: The Natural Jurisprudence of David Hume and Adam Smith*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511628276>

- Hanley, Ryan Patrick (2009). *Adam Smith and the Character of Virtue*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511581212>
- Hirschman, Albert O. (1982). *Shifting Involvements: Private Interest and Public Action*. Princeton; Oxford: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400828265>
- Hunt, Lynn (2007). *Inventing human rights: a history*. New York: W.W. Norton.
- Nussbaum, Martha C. (2004). *Hiding from Humanity. Disgust, Shame, and the Law*. Princeton; Oxford: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400825943>
- Otteson, James R. (2002). *Adam Smith's Marketplace of Life*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511610196>
- Pinker, Steven (2011). *The better angels of our nature: the decline of violence in history and its causes*. New York: Viking.
- Raphael, D. D. (2007). *The Impartial Spectator: Adam Smith's Moral Philosophy*. Oxford: Clarendon Press.
- Rothschild, Emma (2001). *Economic Sentiments: Adam Smith, Condorcet, and the Enlightenment*. Cambridge: Harvard University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctvjnrtf3>
- Smith, Adam (1976) [1776]. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, ed. Edwin Cannan. Chicago: The University of Chicago Press.
- Smith, Adam (2000) [1759]. *The Theory of Moral Sentiments*. New York: Prometheus Books.
- Vaihinger, Hans (1911). *Die Philosophie des als Ob: System der theoretischen, praktischen und religiösen Fiktionen der Menschheit auf Grund eines idealistischen Positivismus: mit einem Anhang über Kant und Nietzsche*. Berlin: Reuther & Reichard.