

George A. Akerlof – Robert J. Shiller

BALEKHALÁSZAT

A manipuláció és az átverés
közgazdaságtana

A fordítás alapja:
Phishing for Phools: The Economics of Manipulation and Deception
Princeton University Press

© George A. Akerlof, 2015

© Robert J. Shiller, 2015

All rights reserved.

Fordította: © Garai Artila, 2016

Szerkesztette: Szöllős Péter

Borítóterv: Megyeri Gabriella

HVG Könyvek
Kiadóvezető: Budaházy Árpád
Felelős szerkesztő: Török Hilda
Kiadói szerkesztő: Dufka Hajnalka

ISBN 978-963-304-369-1

Minden jog fenntartva.
Jelen könyvet vagy annak részleteit tilos reprodukálni, adatrendszerben tárolni,
bármely formában vagy eszközzel – elektronikus,
fényképezési úton vagy más módon – a kiadó engedélye nélkül közölni.

Kiadja a HVG Kiadó Zrt., Budapest, 2016
Felelős kiadó: Szauer Péter

www.hvgkonyvek.hu

Nyomdai előkészítés: Sörfőző Zsuzsa

Nyomás: Gyomai Kner Nyomda Zrt.
Felelős vezető: Fazekas Péter

Tartalom

Előszó	7
Bevezetés: A balekhalászati egyensúly lényege	19

I. KIFIZETETLEN SZÁMLÁK ÉS PÉNZÜGYI ÖSSZEOMLÁS

1. Kísértések úton-útfélen	33
2. Hírnévkiaknázás és a pénzügyi válság	41

II. BALEKHALÁSZAT KÜLÖNFÉLE HELYZETEKBEN

3. A marketingesek rájöttek, hogyan találhatják el a gyenge pontjainkat	67
4. Lehúzások az autó-, az ingatlan- és a hitelkártyapiacon	83
5. Balekhalászat a politikában	96
6. Élelmisztárok és gyógyszertárok	109
7. Innováció: A Jó, a Rossz és a Csúf	123
8. A dohányzás és az alkoholfogyasztás	131
9. A profitáló csőd	146
10. Michael Milken bővlikötvényekkel fogott balekokat	154
11. Az ellenállás és hősei	167

III. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS UTÓSZÓ

Következtetések: Az amerikai új történet és következményei	181
Utószó: A balekhalászati egyensúly jelentősége	197
Köszönetnyilvánítás	209
Jegyzetek	215
Felhasznált irodalom	253
Név- és tárgymutató	281

Előszó

„A gazdaság, te buta!” – adta ki a jelszót James Carville, Bill Clinton 1992-es elnökválasztási kampányának tanácsadója annak idején. Ezzel az elhíresült kijelentésével azokra a gazdasági nehézségekre utalt, amelyeket a George H. W. Bush elnöksége alatt kezdődő recesszió hozott magával. Mi most másképp, tágabban értelmezzük Carville kijelentését. Azt szeretnénk hangsúlyozni, hogy sok problémánk magának a gazdasági rendszernek a természetéből fakad. Ha a szabadpiaci gazdaságban az emberek mindig önzően, szigorúan az önérdekük szerint cselekednek – ahogy azt a közgazdaságtanban feltételezik –, azonnal megjelenik a manipuláció és az átverés. De nem azért, mert túl sok köztünk a rossz szándékú ember. A legtöbben betartjuk a szabályokat, és egyszerűen csak szeretnénk jól élni. A verseny azonban óhatatlanul rászorítja az üzletembereket, hogy a szabadpiacon éljenek a manipuláció és az átverés eszközeivel. Így aztán olyan termékeket is ránk sóznak, még hozzá borsos áron, amelyekre nincs szükségünk, olyan munkát adnak, amelynek nem sok értelmét látjuk, aztán csodálkozunk, hogy az életünk nem úgy alakul, ahogy elképzeltük.

Csodálói vagyunk ugyan a szabadpiac-gazdaságnak, mégis megírtuk ezt a könyvet, mert azt szeretnénk, hogy minél többen meg is találják benne a helyüket. Gazdasági rendszerünk tele van trükkökkel, amelyeket ismernünk kell ahhoz, hogy ne vezethessenek félre, hogy megőrizhessük méltóságunkat és integritásunkat, és tudjuk, mit kell tennünk, ha a bolondját akarják járatni velünk. Ezt a könyvet elsősorban a fogyasztóknak írtuk, akiknek trükkök sokaságával kell szembenézniük. Számítunk azonban azoknak az üzletembereknek az érdeklődésére is, akiket

8 lehangol ugyan a többiek cinizmusa, de gazdasági kényszernek érzik, hogy kövessék őket. Van mondanivalónk a kormányzati tisztviselőknek is, akik az üzleti élet felügyeletének hálátlan feladatára vállalkoztak, valamint az önkénteseknek, a filantrópoknak és a véleményvezéreknek is, akik integritásuk erősítésén fáradoznak. S végül szólunk a fiatalokhoz is, akikre egy élet munkája vár, amelyet szeretnének értelmesen eltölteni. A *balekhalászati egyensúly* tanulmányozása – illetve azoknak a gazdasági erőknél a jobb megismerése, amelyek beépítik a rendszerbe a manipulációt és az átverést – mindannyiunk számára hasznos lehet. Ehhez természetesen nem nélkülözhetjük azoknak a hősöknek a történeteit sem, akik személyes integritásuktól (és nem a gazdasági előnyöktől) vezérelve sikerrel munkálkodnak azon, hogy a gazdaságban az átverés ne lépje túl a még elviselhető szintet. Sok-sok történet róluk szól majd.

A szabadpiac termékei

A 19. század vége bővelkedett új találmányokban: mint például az autó, a telefon, a kerékpár vagy a villanyvilágítás. Volt azonban ennek a korának egy sokkal ritkábban emlegetett találmánya is: a *penzbedobós automata*. Ennek a szónak kezdetben még nem volt olyan jelentéstartalma, mint manapság. Bármilyen „árusítóautomatát” jelenthetett: be kellett dobni egy érmét a pénzbedobó nyílásba, s ezzel megnyílt egy rekesz. Az 1890-es években már a rágógumitól és a cigarettától kezdve a színházi látcsöveken át a darabonként papírba csomagolt csokoládés tekercsig mindenfélét kínáltak ezekben az automatákban, de még a telefonkönyvek elődeibe is bele lehetett pillantani a megfelelő érme bedobása után. Az alapvető újítás az érme behelyezésével megnyíló zárszerkezet volt. Később azonban fölfedezték, hogy az újítás másra is használható: a pénzbedobós automaták között hamar megjelentek a játékautomaták. Egy korabeli újság szerint az első ilyen típusú pénzbedobós szerkezetek 1893-ban tűntek föl.¹ A korai automaták egyike pénz helyett zselés cukorral jutalmazta a nyerteseket, s hamarosan különleges értelmet tulajdonítottak az emberek annak a ritka véletlennek, amikor egymás mellett három cseresznyét dobott ki a gép.

Még a századforduló előtt megszületett az új szenvedély: a pénzbedobós szerencsejáték. A *Los Angeles Times* 1899-ben ezt írta: „Szinte min-

den kocsmában van legalább egy, de néhol akár fél tucat ilyen automata, s ezeket reggeltől estig játszani vágyók tömege veszi körül. [...] Ha errészokik valaki, a szokás szinte mániás méreteket ölt. F fiatal férfiak képesek órákon át megszakítás nélkül automatákkal játszani. S persze nem kétséges, hogy a végén mind veszítenek.”²

Idővel itt is megjelentek a szabályozók. Olyan sok embert döntöttek nyomorba a játékautomaták, hogy muszáj volt törvényen kívül helyezni vagy legalább szabályozni a működtetésüket, a többi szerencsejátékkal együtt. El is tűntek az automaták a mindennapi életből, szinte teljesen kiszorultak a kaszinóknak nevezett szórakozóhelyekre és Nevada államban, ahol elmaradt a törvényi korlátozás. Így ott a szupermarketektől a benzinkutakon át a repülőterekig még ma is mindenütt vannak játékautomaták, s egy átlagos felnőtt jövedelmének 4%-át, vagyis az országos átlag kilencszeresét hagyja az automatákban évente.³ De még Nevadában sem teljesen korlátlan az automaták használata: 2010-ben a Nevadai Szerencsejáték-felügyeleti Tanács (Nevada Gaming Control Board) elutasította azt a javaslatot, hogy a kis boltokban hitelt lehessen felvenni az automaták használatához.⁴

A számítástechnika fejlődésével új lehetőségek nyíltak meg a pénzdobós automaták előtt. Natasha Schüll (MIT) 2012-es könyvének címe⁵ is arra utal, hogy az új automatákat a függőség kialakítására tervezik. Egy bizonyos Mollie példája, akivel Schüll Las Vegasban, a Névtelen Szerencsejátékosoknál (Gamblers Anonymous) találkozott, jól illusztrálja ennek a szenvedélynek az emberi oldalát. Mollie lerajzolta Schüllnek, milyennek látja önmagát.⁶ A rajzon magányos pálcikaember látható egy automata mellett, zárt kört alkotó út gyűrűjében. Az út Mollie életének fontos színhelyei közül hatot is érint: az MGM Grandet, ahol előjegyzési ügynökként dolgozik; három olyan helyet, ahol játszani szokott;⁷ a Névtelen Szerencsejátékosok összejöveteleinek színhelyét, ahová azért jár, hogy kigyógyuljon a szenvedélyéből, végül pedig azt a helyet, ahol a szorongásoldó gyógyszerét szokta beszerezni. Mollie tökéletesen tisztában van a problémájával, nem azért játszik, mert azt hiszi, hogy nyerhet.⁸ Tudja, hogy veszíteni fog, nem reménykedve, hanem kényszeresen dobálja be az érméket. Amikor a szenvedélyének hódol, mindig egyedül van, gyorsan és folyamatosan cselekszik. Ahogy mondani szokta, belép a „zónába”, és megnyomja a piros gombot. Kigyulladás a lámpák, lemegy a játék, és vagy nyer, vagy veszít. Még egyszer megnyomja a pi-

ros gombot. Aztán még egyszer. És még egyszer. És megint. Megint. És megint ... amíg az utolsó centjét is el nem költi. Mollie nem egyedi eset Vegasban. Tíz évvel ezelőtt aggasztóan sokan haltak meg a kaszinókban szívmegeállás miatt. A mentősök alig tudták megközelíteni az áldozatokat. Végül a kaszinók speciálisan képzett saját defibrillációs csapatokat hoztak létre. Az egyik biztonsági kamera felvételén jól látszik, miért volt szükség különleges kiképzésre. A videón a kaszinó mentőcsapata éppen defibrillálni igyekszik az egyik játékost, miközben körülöttük a többi vendég se lát, se hall, zavartalanul játszik tovább még akkor is, ha a közvetlen szomszédjának állt meg a szíve.⁹

Mire jó a piac?

A jó és a rossz pénzbedobós automaták története az 1890-es évektől napjainkig azt a kettősséget illusztrálja, amellyel a piacgazdaságot is szemléljük. Alapvetésként dicsérjük a piacot. A szabadpiac a béke és a szabadság terméke, és stabil körülmények között szokott föllendülni, amikor az emberek nem félelmek között élik az életüket. De ugyanaz az ösztönző erő, a profit, amely kezünkbe adja a kívánatos dolgokat rejtő dobozokat, létrehozta a pénzbedobós automatákat is – ezek azért a kiváltságért veszik ki a zsebünkből a pénzt, hogy egy szenvedély rabjai lehessünk. Ebben a könyvben – átvitt értelemben – majdnem kizárólag a rossz pénzbedobós automatákról lesz szó, nem pedig a jókról, hiszen ha át akarjuk alakítani a gazdasági gondolkodást és magát a gazdaságot, nem a rendben lévő dolgokon kell változtatnunk, hanem azokon, amelyekkel elégedetlenek vagyunk. Mielőtt azonban ehhez hozzákezdénénk, gondoljuk át, mire jók a piacok!

Ehhez célszerű megfelelő távlatot választani, és gondolatban visszateríteni a 19. század végére vagy a 20. század elejére. 1900 decemberében a *The Ladies Home Journal*-ban John Elfreth Watkins Jr. építőmérnök kedvtelésből megjósolta, milyen lesz az élet 100 év múlva. Azt írta: „Csöveken kapjuk majd a hideg és a forró levegőt. [...] Száguldó hajókon két nap alatt odaérhetünk Londonba. [...] Léghajók is lesznek, főleg katonai célra, de néha utasokat vagy árut is szállítanak majd. [...] A telefon behozza otthonainkba az opera-előadásokat, és ugyanúgy élvezhetjük a

harmóniákat otthon, mint ha a színházi páholyban ülnénk.”¹⁰ És persze volt még sok más jóslata is.

Watkins ugyan „hóbortosnak, szinte képtelennek” minősítette az előrejelzéseit, a szabadpiac ösztönző erői azonban, amelyek az emberi igények kielégítésére irányulnak mindaddig, amíg profitot hoznak, megvalósították az elképzeléseit, arról nem is beszélve, amit ő sem látott előre.

A szabadpiacok azonban nem csupán a bőségszarut jelentik számunkra. Olyan gazdasági egyensúlyt is teremtenek, amelyben könnyen megtalálják a helyüket az ítéleteinket manipuláló vagy torzító gazdasági vállalkozások is. Az ilyen vállalkozások által bevetett üzleti praktikákat az egyensúlyban lévő, egészséges emberi szervezetben megtelepedő rosszindulatú daganatokhoz hasonlíthatjuk. A pénzbedobós automaták példája egyértelműen mutatja, miről van szó. Nem véletlen, hogy szabályozásuk és törvényen kívül helyezésük előtt lépten-nyomon játékautomatákba botlottunk. Ha nem tudjuk egészen pontosan, mit is akarunk, gyengeségünket azonnal észreveszik és kihasználják azok, akik hasznot remélnék ebből. Kivetik a hálójukat, hogy mielőbb belefussunk.

Adathalászat és balekhalászat

Az *adathalászat* (phising) fogalma az *Oxford English Dictionary* szerint 1996-ban született meg, amikor a világháló is létrejött. Jelentése: „csalást elkövetni az interneten annak érdekében, hogy a csaló személyes információkat nyerjen másokról, különösen tekintélyes vállalatok képviselőiről; online szélhámosság személyes adatok »kihalászásával«”.¹¹ Könyvünkben azonban más, ennél tágabb értelemben fogjuk használni ezt a kifejezést. A számítógépekhez kötött definíciót metaforának tekintjük, és bevezetjük a *balekhalászat* (phishing for phools) fogalmát, amely nem törvénytelen tevékenységet jelent. Értelmezésünk szerint ez sokkal általánosabb, és a történelmi múltban is sokkal messzebbre vezet: arról a tevékenységről beszélünk, amelynek célszemélyeit ráveszik, hogy a *balekhalászok*, és ne a saját érdekük szerint cselekedjenek. Valakik kivetik a hálójukat és várják, hogy az arra úszó óvatos halacsák közül valamelyik hibázzon és a hálójukba tévedjen. Rengeteg balekhalász van, ötletesebb-

12 nél ötletesebb balekhálókkal fölszerelve, ezért a nagy számok törvénye alapján előbb vagy utóbb mindannyian belefutunk a hálóikba, bármilyen elővigyázatosak vagyunk is. Senki sem kivétel ez alól.

A *balekok* (phools) tehát az áldozatok, akik bármilyen okból a balekhalászok hálójába tévednek. Kétféle balekot különböztetünk meg: pszichológiai és információt.

A *pszichológiai balekok* is kétfélék lehetnek. Az egyik esetben a pszichológiai balek érzelmei felülkerekednek a józan ész parancsán. A másik esetben kognitív torzítások – a gondolkodás optikai csalódásai¹² – vezetnek téves valóságértelmezéshez és az ebből fakadó cselekedetekhez. Mollie az érzelmi, nem pedig a kognitív balekra lehet jó példa. Abszolút tisztában volt saját helyzetével az automaták mellett, mégsem tudott segíteni magán.

Az *információs balekok* olyan információk alapján cselekszenek, amelyekkel szándékosan vezetik félre őket. Ezt az Enron részvényesei példázhatják. A cég fölemelkedése a félrevezető (majd később már tisztességtelen) számviteli módszereken alapult. A rendkívüli profitok a „mark to market” könyvvitelből származtak, amelynek révén a befektetések várható jövőbeli hasznát már a beruházás időpontjában elszámolták.¹³ A megszokottabb gyakorlat, hogy csak a már ténylegesen realizálódott profitot könyvelik. A *Fortune* magazintól 1995–2000 között minden évben az Enron nyerte el a leginnovatívabb amerikai vállalat címét.¹⁴ A *Fortune* nem tévedett, épp csak az innovációk természete került el szerkesztőinek figyelmét.

Könyvünkben nem foglalkozunk azzal, hogy erkölcsösek-e (vagy erkölcstelenek) az üzletemberek, bár néha felvillantjuk majd ennek az éremnek mindkét oldalát. Az alapvető problémát abban a kényszerben látjuk, hogy a kompetitív piacok nem a leglelkiismeretesebb viselkedésre ösztönöznek. Iszonyatosan jók abban, hogy ösztönözzék és jutalmazták az üzleti világnak azokat a hőseit, akik valamilyen innovatív, új termékkel valós igényeket elégítenek ki. Ám a szabályozatlan szabadpiac ritkán jutalmaz egy másfajta hősiességet, nevezetesen azokat, akik tartózkodnak attól, hogy hasznot húzzanak fogyasztóik pszichikai gyengeségéből vagy információs hiányosságaiból. A versenyből fakadó kényszerek miatt azoknak a menedzsereknek a helyét, akik ilyen értelemben visszafogottak, előbb-utóbb olyanok foglalják el, akik könnyebben félretolják a morális aggályaikat. A civil társadalom és a szociális

normák valamelyest fékezik ugyan a balekhalászatot, a kialakuló piaci egyensúlyban azonban még a valódi morális integritással vezetett cégek is rákényszerülnek, hogy kihasználják az alkalmat, ha versenyben és életben akarnak maradni.

Honnan tudhatjuk?

Arra tippelünk, hogy könyvünk (finoman szólva) népszerűtlen lesz azok között, akik azt hiszik, hogy az emberek majdhogynem mindig a lehető legjobban döntenek a maguk szempontjából. „Hogy jön ahhoz Bob és George – kérdezhetik –, hogy kétségbe merjék vonni, hogy az emberek *mindig és kivétel nélkül* a legjobb döntéshozók, ha magukról van szó?” Ahogy azonban a közgazdaságtan jelentős része, ez az állítás is csak elvont értelemben igaz. Ha ugyanis azt vizsgáljuk, milyen valós döntéseket hoznak a valóságban létező emberek (és ebben a könyvben mindig ezt fogjuk vizsgálni), akkor kiderül, hogy a legtöbben a balekhalászok hátlójában vergődnek, ezért olyan döntéseket hoznak, amelyekről, ha csak egy kicsit is hallgatnának a józan eszükre, belátnák, hogy nem a javukat szolgálják.

Nem kell éleslátás ahhoz, hogy észrevegyük az ilyen döntéseket. Tudjuk, hogy vannak ilyenek. Látjuk, hogy rengeteg olyan dolog van, ami tulajdonképpen „a kutyának sem kell”. Henry David Thoreau írta: „Az emberek túlnyomó többsége néma kétségbeesésben él.”¹⁵ Figyelemre méltó, hogy másfél századdal később, az Egyesült Államokban – a földkerekség valaha létezett majdnem leggazdagabb országában – még mindig sokan élnek csöndes kétségbeesésben. Gondoljunk csak a szegény vegasi Mollie-ra!

„Ami a kutyának sem kell”

Négy nagy területen is megfigyelhetjük, milyen széles körben terjed mindaz, „ami a kutyának sem kell”: személyes pénzügyi biztonság; makrogazdasági (a gazdaság egészére vonatkozó) stabilitás; egészség; és a kormányzás minősége. Mint látni fogjuk, a balekhalászok mind a négy területen jelentős hatást gyakorolnak az életünkre.

Személyes pénzügyi bizonytalanság. Egy alapvető gazdasági tény nincs benne egyetlen közzgazdasági tankönyvben sem. Az ugyanis, hogy a felnőttek többsége, még a gazdag országokban is, a befizetendő számlákon töri a fejét egész éjszaka. A közzgazdászok szerint mi sem egyszerűbb: a költségvetésnek megfelelően kell költeni. Azt azonban elfelejtik, hogy ha az esetek 99%-ában még észnél is vagyunk, de a fennmaradó 1%-ban valamiért úgy érezzük, a pénz nem számít, az könnyen meg hiúsíthatja minden addigi erőfeszítésünket. A cégek pedig pontosan tudják rólunk, hogy van ilyen 1%-nyi pillanatunk. Célba veszik életünk olyan eseményeit, amikor a szeretet (vagy más motiváció) felülírja költségvetési fegyelmünket. Egyeseket a karácsonyi ajándékvásárlási láz hoz ilyen állapotba, másokat a különböző életszakaszokban megjelenő családi szertartások, mint az esküvő (a magazinokból a menyasszonyok megtudhatják, hogy egy „átlagos esküvő majdnem félévi egy főre jutó GDP-be kerül”¹⁶); a temetés (az ügyfélfogadó helyiséget úgy rendezik be, hogy lehetőleg a Monaco koporsóra essen a választás, amelyet „Sea Mist [Tengeri Köd] fényezéssel, csodálatosan steppelt és behúzott 600 Aqua Supreme bársonnyal gazdagon béleltek”¹⁷); vagy a születés (a Babies „R” Us „személyes regisztrációs tanácsadóval” is szolgál¹⁸).

Az élet szertartásos fordulópontjain kívül azonban még számos alkalom van, amikor megszólják az embert, ha garasoskodni kezd. Nem véletlen, hogy még egy olyan, a történelemben példa nélküli gazdag országban is, mint amilyen az Egyesült Államok, a legtöbb felnőtt férfi és nő a számlák kifizetésének gondjával tér nyugovóra. A termelők éppoly találékonyan ébresztgették bennünk az érzést, hogy szükségünk van a termékeikre, mint amilyen ötletesen elégitették ki a tényleges szükségleteinket. Senki sem szeret a kifizetetlen számlákra gondolni, amikor álomra hajtja a fejét, és mégis a legtöbben ezt teszik.¹⁹

A számlák miatti aggodalmaink egyik forrása a *lehúzás* (rip-off). Fogyasztókként hajlunk arra, hogy túl sok pénzt költsünk, amikor néha egy nagyobb kiadás erejéig kilépünk a komfortzónánkból. Az új vevőknek történő lakóingatlan-eladások mintegy 30%-ában az összes – a vevő és az eladó oldalán felmerülő – tranzakciós költség sajátos módon több mint a fele a vevő által kifizetett előlegnek.²⁰ Az autókereskedők – mint látni fogjuk – kifejlesztették a maguk kifinomult technikáit, hogy több autót sózzanak ránk, mint amennyit igazából venni akarunk,

ráadásul túl magas áron. Senki sem szereti, ha átverik, mégis újra meg újra átvernek minket, még az életünk leggondosabban megtervezett beszerzéseiben is.

Pénzügyi és makrogazdasági instabilitás. A pénzügyi piacokon alapvetően a balekhalászat okozza a legmélyebb recessziókba torkolló pénzügyi válságokat. Ami a pénzügyi válságokat illeti, az elhíresült mondanás, miszerint „ma már más időket élünk”, egyszerre igaz és hamis.²¹ Az összeomlásokat megelőző fellendülések idején a balekhalászok meggyőzik az általuk eladni kívánt értékek vevőit, hogy „ma már más időket élünk”. Példa: a Swedish Matches eladása az 1920-as években (Ivar Kreugernek, Kreuger and Toll); a dotkomok eladása az 1990-es években; vagy a *másodrendű* (subprime) jelzáloghitelek a 2000-es években (Angelo Mozilo, Countrywide). Persze, mindegyik eset más: másképp zajlanak az események, és más termékeket kínálnak a cégek. De a lényeg ugyanaz: vannak balekok és balekhalászok, s amikor kiderül, hogy túl sok a feltáratlan csalás (John Kenneth Galbraith kifejezésével: *bezzle*²²), egyszer csak kipukkad az eszközáruborék. Meglehet a befektetéskezelőknek – akik a csomagokat a rossz jelzálogkölcönökkel megvették a 2008-as összeomlást megelőző felfutó fázisban – mindez nem állt szándékukban, amikor azonban fény derült a balekhalászatra, rettenetes mellékhatások léptek fel: kiveszett az egész gazdaságból a bizalom; a kötvények ára a felére zuhant, az alkalmazottak az utcára kerültek, és a munkanélküliek továbbra is állás nélkül maradtak. A tartós munkanélküliség olyan méreteket öltött, mint a nagy világgazdasági válság óta még soha.

Megromlott egészség. Ha az embernek nincs gondja élelemre, ruházkodásra, és fedél is van a feje felett, valószínűleg az egészséget érzi a legfontosabb szükségletének, és a balekokat a gyógyszerforgalmazók is kifogják. Az 1880-as években történt, hogy New York-i tartózkodásakor Daniel Pinkham észrevette: az ott élő nők nagyon félnek a vesebajoktól. Meg is írta az otthoni munkatársaknak, hogy tüstént vegyék fel a vese betegségeit a családi üzem Pinkham-tablettájának javallatai közé.²³ Meg is fogadták a tanácsát. Ma már a gyógyszergyártók nem bővíthetik ötletszerűen gyógyszereik javallati körét. Az Egyesült Államokban két kálváriát kell végigjárniuk. Egyrészt, meg kell szerezniük az Élelmiszer- és

16 Gyógyszerfelügyeleti Hatóság (Food and Drug Administration, FDA) hozzájárulását, amelyhez véletlen besorolás (randomizált), kontroll-csoportos vizsgálatokat kell végezniük; másrészt pedig, rá kell venniük az orvosokat, hogy írják fel a gyógyszereiket a betegeknek. Mindamellet több mint száz éve gyűlnek a tapasztalatok arról, hogyan lehet kikerülni ezeket az akadályokat. Több olyan gyógyszernek, amely sikeresen veszi mindkét akadályt, alig van kedvező hatása. Akadnak köztük kifejezetten ártalmasak is, mint például a rofecoxib (Vioxx) – ez egy gyulladáscsökkentő, akárcsak a naproxen (Aleve) – vagy a nők hormonpótló kezelése a klimax után. Becslések szerint a Vioxx ötéves pályafutása alatt, 1999–2004 között, 26–56 ezer kardiovaszkuláris halálesetet okozhatott az Egyesült Államokban;²⁴ a hormonpótló kezelés veszélyeivel kapcsolatos figyelmeztetés elmulasztása az orvosok és a gyógyszergyártók részéről pedig mintegy 94 ezer esetben vezethetett emlőrák kialakulásához.²⁵ Senki sem szeretne rossz gyógyszereket szedni.

A rossz gyógyszereken kívül még sok minden ártalmas az egészségre. Nézzük, mondjuk, az *élelmisztereket* (phoods)! Mi bajunk lehet tőlük? Az amerikai felnőttek mintegy 69%-a túlsúlyos, és a túlsúlyt cipelők több mint fele (az amerikaiak 36%-a) elhízott, kövér.²⁶ Egy 120 ezer főre kiterjedő kohorszvizsgálat meglepően pontosan festi le a helyzetet.²⁷ A kikérdezett személyeket, akiknek nagy része ápolónő volt, négyévenként megvizsgálták az 1970-es évek végétől 2006-ig. Az átlagos négyévenkénti testsúlygyarapodás 1,5 kg volt, ez 20 év alatt 7,6 kg súlytöbbletet jelentett. A statisztikai elemzésből kiderült, hogy a 1,5 kg-os testsúlytöbblet 50%-a a burgonyaszírom, 28%-a a burgonya (főleg a hasábburgonya), 22%-a pedig az édesített üdítőitalok számlájára írható. Leegyszerűsítve tehát, azok a nővérek híztak, akik nem tudtak lemondani a burgonyaszíromról (sok só és zsiradék), a rósejbniről (sok zsiradék és só) és a kóláról (cukor). Mindannyian önként döntöttek így. Elvonatkoztatva a nővérektől, közismert, hogy a nagy élelmisztergyártók (Big Phoods) tudományosan, laboratóriumokban elemeztetik a fogyasztók „gyönyörpontjait”, vagyis azt az összetételt, amelynél a legjobban kívánjuk a cukrot, a sót, a zsírt.²⁸ Pedig elhízni senki sem akar.

A dohányáru és a szeszes italok is egészségre ható balekhálók. Van azonban egy figyelemre méltó különbség a kettő között. Manapság nincs ember, aki azt hinné, hogy cigarettázni okos dolog. Amikor éppen ezen a fejezeten munkálkodtunk, George a Nemzetközi Valutaalap (Internatio-

nal Monetary Fund) egyik nagy washingtoni irodaépületében dolgozott, ahol tilos volt dohányozni. Amikor reggelente megérkezett, dohányzók ácsorogtak mindig a bejárat körül. A cigiző kollégák félreérthetetlenül kerülték a pillantását. Szavak nélkül is tudták, mit gondol róluk George: az életüket teszik kockára egy olyan élvezetért, amely aligha ér annyit. A közvélemény negatív ítélete és a dohányosok önmérséklete miatt a dohányosok aránya az Egyesült Államokban kevesebb mint felére csökkent ahhoz képest, amikor még arról győzködtek minket a tájékozottnak tűnő szakemberek, hogy a cigaretta jót tesz az egészségnek,²⁹ segít a fogyásban.³⁰ Van egy másik törvényes drogunk is a dohány mellett, amelytől talán még több ember betegszik meg, a közvélemény mégis sokkal kevésbé ítéli el. David Nutt és munkatársai az Egyesült Királyságban, valamint Jan van Amsterdam és Willem van den Brink Hollandiában arra kértek fel szakmai munkacsoportokat, hogy értékeljék a különféle drogok által okozott egészségkárosodásokat az országukban.³¹ Nutt és munkatársai szerint a másoknak – nem magának az értékelőnek – okozott egészségkárosodások listáján az alkohol került az első helyre. Van Amsterdam és munkatársai pedig a crack kokaint hozták ki elsőnek, de csak kevéssel szorult a második helyre az alkohol.³² Később látni fogjuk (élethosszig tartó követéses vizsgálatok adataiból), hogy az amerikaiaknál a mértéktelen alkoholfogyasztás okozza a legtöbb egészségkárosodást. Ennek ellenére a kocsmákban és az éttermekben, a repülőgépeken és baráti összejöveteleken, mindenütt arra biztatnak minket, hogy igyunk egyet, aztán esetleg még egyet és még egyet. Ilyenkor nem szoktunk arra gondolni, hogy a második kínálásra nehezebb nemet mondani. Senki sem akar alkoholistává válni, mégis mindig rábeszéljük barátainkat az ivásra, ahelyett hogy lebeszelnénk róla.

Rossz kormányzás. Ahogy a szabadpiac, úgy a demokrácia is tűrhetően működik ideális körülmények között. Csakhogy a szavazók a saját életükkel vannak elfoglalva, ezért nem veszik észre, ha egy politikus a törvényalkotásban nem őket képviseli. Mindemellet, éppen azért, mert emberek, szeretnek azokra szavazni, akik a legmegnyugtatóbban hatnak rájuk. Emiatt a politika ki van téve a balekhalászat legegyszerűbb formájának, amikor is a politikusok az érdekeltségeikből csendben jól megszedik magukat, és azután ebből a pénzből megmutatják, hogy ők is olyan emberek, „mint bárki más”. Később bemutatjuk Charles Grassley

iowai szenátor 2004-es választási kampányát, aki akkoriban a Szenátus Pénzügyi Bizottságának (Senate Finance Committee) elnöke volt, s aki sok millió dolláros vagyont halmozott fel, majd megszórta Iowát tévéhirdetésekkel, amelyekben a kertjében nyírta a fűvet, hogy az emberek lássák, mennyire közüjük való. Tulajdonképpen nem volt semmi szokatlan abban, amit ez a kampány a pénz szerepéről elárult. Éppen ellenkezőleg: azért választottuk ezt a példát, mert rendkívül jellemző. Pedig (szinte) senki sem akar olyan demokráciában élni, ahol így vásárolják meg a szavazatait.

Könyvünk célja

Rengeteg példával szeretnénk illusztrálni, hogyan működik a balekhalászat, mennyire hatja át életünket és miként befolyásolja tevékenységeinket, gondolatainkat, céljaink megvalósulását és megghiúsulását. Példáink egy része a mindennapi élethez kapcsolódik – autókhoz, táplálékokhoz, gyógyszerekhez vagy az ingatlanokhoz, amelyeket az emberek életük során megvesznek vagy eladnak. Más példáink összetettebbek és technikaibb jellegűek lesznek – többek között a pénzügyi piacokról szólnak majd –, amelyek társadalompolitikai következményei különösen súlyosak. Bemutatjuk például, milyen következményekkel jár, ha a kormányok nem segítik, hanem hátráltatják a szabadpiac működését. Ahogy a komputereinket védjük az adathalásztól, úgy szükségünk van védelemre a tágabb értelemben vett balekhalászok ellenében is.

Bevezetés

A balekhalászati egyensúly lényege

Több mint száz év alatt megtanulhattuk a pszichológusoktól – stílusuk és mondanivalójuk spektruma Sigmund Freudétól Daniel Kahnemánéig terjedt –, hogy az emberek gyakran hoznak érdekeikkel nehezen összeegyeztethető döntéseket. Egyszerűen fogalmazva: nem úgy cselekszenek, ahogy a legjobb lenne számukra, és nem azt választják, amit igazán akarnak. Ezek a rossz döntések teszik lehetővé, hogy a balekhalászok kifogják őket. Ez az alapvető igazság már a legelső bibliai történetben is megjelenik, amikor a kígyó bűnre csábítja az ártatlan Évát, aki azonnal, egyszer és mindenkorra megbánja, hogy balekként döntött.¹

A közgazdaságtan azonban a piaci egyensúly fogalmára épül.² Ennek megértéséhez figyeljük meg, mi történik a szupermarketek pénztárainál.³ Amikor a pénztárakhoz érünk, legalább egy percet töltünk azal, hogy eldöntsük, melyik sorba álljunk. Ez azért nehéz, mert a sorok – egyensúlyi helyzetben – majdnem egyforma hosszúak. Az egyensúly pedig annak az egyszerű és természetes oknak köszönhető, hogy az egymás után a pénztárakhoz érkező vásárlók mindig a legrövidebb sort keresik. A szupermarketek pénztárainál látható egyensúly elve a gazdaságra sokkal általánosabban is alkalmazható. Amikor az üzletemberek eldöntik, milyen üzletággal foglalkozzanak, vagy hol bővítsék, illetve szűkítsek üzleti tevékenységüket, igyekeznek a legjobb lehetőséget kiválasztani (a pénztárakhoz közeledő vásárlókhoz hasonlóan). Ez is egyensúlyhoz vezet. Ha véletlenül valahol kimagasló profit szerzésére nyílik alkalom, arra hamar lecsapnak, ilyen lehetőség tehát csak kevesek számára kínálkozik. Ez az elv, és ezzel együtt az egyensúly fogalma, központi helyet foglal el a közgazdaságtanban.

Az egyensúly elve a balekhalászatra is érvényes. Ez azt jelenti, hogy ha van valamilyen gyenge pontunk – valami, ami miatt a szokásosnál nagyobb profittal lehet minket kifogni –, akkor a balekhalászati egyensúly állapotában ezt ki is fogja használni valaki. Az üzletemberek között, akik a „pénztárakhoz” érve körülnéznek és eldöntik, mire költsek a befektethető dollárjaikat, lesznek olyanok, akik észreveszik, hogy a balekhalászattal nagyobb profitra tehetnek szert. Ha pedig meglátják ezt a profitszerzési lehetőséget, akkor ennél a „pénztárnál” fognak beállni a sorba. A gazdaság akkor van balekhalászati egyensúlyban, ha a szereplők a szokásosnál nagyobb profit megszerzésére kínálkozó összes lehetőséget kihasználják. Most pedig, hogy begyakoroljuk ezeket a fogalmakat, nézzünk három „ujjgyakorlatot”, amelyben a balekhalászati egyensúly fogalma jól alkalmazható!

Első ujjgyakorlat: a Cinnabon®

Seattle-ben Rich és Greg Komen – apa és fia – 1985-ben céget alapított Cinnabon® Inc. néven egy bizonyos marketingstratégia megvalósítására. Pékségeket nyitottak, és azt a jelmondatot tűzték a zászlajukra, hogy ők sütik a legjobb fahéjas csigát a világon.⁴ A fahéj illata ugyanúgy vonzza a fogyasztókat, ahogy a hím lepkéket a nőstények feromonjai. Számos alkalommal jártak Indonéziában „a kiváló minőségű Makara fahéj beszerzése céljából”.⁵ A Cinnabon® margarinnal készül, 880 kalóriát tartalmaz, és vastag réteg cukormáz van a tetején. „Cukormáz nélkül nem élet az élet” – ez a Cinnabon® Inc. mottója. Úgy választották ki a boltok helyét, hogy plakátjaik és mottójuk jól látható legyen, és felkeltse a fahéjillat és a legjobb fahéjas csiga iránti érdeklődést mindazokban, akik éppen nem rohannak sehová a repülőtéren vagy a bevásárlóközpontban. Természetesen a kalóriákra vonatkozó információt sem tikolták el, csak arra ügyeltek, hogy ne legyen túlságosan feltűnő. A Cinnabon® kirobbanó sikert ért el, s nemcsak azért, mert a süteményük finom volt, hanem azért is, mert a két Komen újra meg újra bevetett stratégiája bevált. Ma már több mint 750 Cinnabon®-pékség süti a fahéjas csigát több mint 30 országban.⁶

A legtöbben magától értetődőnek vesszük, hogy pont ott van egy ilyen bolt, ahol épp a késve induló repülőjáratunkra várunk. Nem gondolunk bele, mekkora erőfeszítés és milyen nagy tapasztalat kell ahhoz,

hogy megkeressék a gyenge pillanatainkat, és stratégiát dolgozzanak ki ezek kihasználására. A legtöbben arra sem gondolunk, hogy a Cinnamon® jelenléte, amely felborítja az egészséges táplálkozással kapcsolatos elképzeléseinket, a szabadpiaci egyensúly természetes velejárója. Márpedig az. Ha Rich és Greg Komen nem indította volna el a vállalkozását, szinte biztos, hogy előbb-utóbb valaki másnak támadt volna egy hasonló – bár szinte biztosan nem pont ugyanolyan – ötlete. A szabadpiacon automatikusan kihasználják a gyengeségeinket.

Második ujjgyakorlat: egészségklubok

2000 tavaszán Stefano DellaVigna és Ulrike Malmendier a Harvard Egyetem végzős hallgatói voltak,⁷ amikor az MIT-n fölvettek egy gazdaságpszichológiai speciálkollégiumot a Charles Rivernél. Példát akartak keresni a rossz gazdasági döntéshozatalra, amely ennek, az akkor még új szakterületnek a tárgykörébe tartozott. A közvetlen közelükben találtak rá arra, amit kerestek: az egészségklubokra. Minket ezek pusztán a balekhalászat szempontjából érdekelnek, ámbár önmagukban sem érdekeltenek, hiszen az ágazat 2012-ben az Egyesült Államokban 50 millió fogyasztótól 22 milliárd dollár bevételre tett szert.⁸

DellaVigna és Malmendier összeállított egy adatbázist több mint 7500 Boston környéki egészségklubba járó adataiból.⁹ Kiderült, hogy amikor a kezdő sportolók első alkalommal ellátogattak valamelyik egészségklubba, túlzott derűlátással ítélték meg testedzési tervüket, és olyan szerződéseket írtak alá, amelyek értelmében túl sokat kellett fizetniük. Általában háromféle fizetési módszer közül választhattak: vagy látogatásonként fizettek, vagy szerződés alapján hitelkártyával, automatikus havi levonással, amíg le nem mondják, vagy éves szerződés alapján. A legtöbb (támogatásban nem részesülő) kezdő a havi szerződést választotta, de 80%-uk jobban járt volna, ha látogatásonként fizet. Ráadásul elég sok pénzük bánta, hogy rosszul döntöttek: évi 600 dollárt vesztek, 1400 dollár és 10 cent fizetési kötelezettség mellett.¹⁰ Sőt az egészségklubok még akadályokat is gördítettek a felmondás elé. A DellaVigna és Malmendier mintájában szereplő 83 olyan klubból, ahol lehetőség volt automatikus havi befizetésre, mindegyik elfogadta a személyes lemondást, de telefonon csak 7 klubban lehetett bejelenteni. 54 klubban levél-

22 ben is fel lehetett bontani a szerződést, de ezek közül 25 csak közjegyző által hitelesített levelet fogadott el.¹¹

Természetesen az egészségklubok nem véletlenül ajánlották fel ezeket a szerződéseket. Az ügyfelek végül is azért fizettek, hogy „ne menjenek el a tornaterembe”.¹² Ha ők készek voltak olyan szerződéseket aláírni, amelyek a szolgáltatónak nagyobb profitot jelentettek, mint a látogatásonkénti fizetés, számíthatunk arra, hogy a balekhalászati egyensúlyban velünk is aláíratnak valami ehhez hasonlót – ellenkező esetben egy profitszerzési lehetőség kihasználatlanul maradna.

Harmadik ujjgyakorlat: a vállunkon ülő majom „preferenciái”

Könnyebben elképzelhetjük a tiszta, szabadpiaci egyensúllyal kapcsolatos problémákat ezzel a hasonlattal. Keith Chen közgazdász, valamint két pszichológus, Venkat Lakshminarayanan és Laurie Santos csuklyásmajmokat tanítottak arra, hogyan használhatják a pénzt az árucserében.¹³ A majmok figyelemre méltó lépést tettek a szabadpiac-gazdaság felé azzal, hogy felfogták az árak és az elszámolások jelentőségét, sőt még szexet is kínáltak pénzért cserébe.¹⁴

Lelki szemeinkkel most próbáljunk meg elszakadni a már elvégzett kísérletektől! Tételezzük fel, hogy a majmok számára viszonylag széles körben felajánljuk a vásárlás lehetőségét! A csuklyásmajmok kiterjedt népességének számottevő jövedelmet biztosítunk, s lehetővé tesszük, hogy emberek által működtetett profitszerző vállalkozások fogyasztói legyenek, méghozzá szabályozási korlátok nélkül. Könnyen elképzelhetjük, hogy a szabadpiac a profit iránti vonzalmával előteremt mindent, amit a majmok meg akarnak venni. Gazdasági egyensúly kialakulására számíthatunk, olyan termékekkel, amelyek csábítóan hatnak a furcsa ízű csuklyásmajmokra. Ez a bőségszaru megadná a majmoknak mindazt, amit szeretnének, amitől azonban nem biztos, hogy elégedettebbek is lesznek. Már tudjuk Chen, Lakshminarayanan és Santos kutatásából, hogy a csuklyásmajmok szeretik a mályvacukros gyümölcstekercset.¹⁵ Csak korlátozottan tudnak ellenállni a kísértéseknek. Ha ezt tennék, jó eséllyel szorongókká, alultápláltakká, kimerültekké, szenvedélyek rabjává válnának, sokat veszekednének, rossz lenne a közérzetük.

És itt érkezünk el gondolatkísérletünkben arra a pontra, ahol észrevehetjük, mit mond mindez az emberről. A majmok viselkedésének elemzésekor abból indulunk ki, hogy kétféle „preferenciájuk” van. Az egyik azt mondja meg, mit tennének a csuklyásmajmok akkor, ha mindig a maguk számára kedvező döntéseket hoznák, a másik pedig – a „gyümölcstekercs-preferencia” – azt mutatja, mik a tényleges döntéseik. Kétségkívül okosabbak vagyunk a majmoknál, de viselkedésük ebből a szempontból nagyon hasonló. Képzeljük el magunkat – a csuklyásmajmokéhoz hasonlóan – kétféle preferenciával! Az egyik arra vonatkozik, mi az, ami tényleg jó nekünk – de miként a csuklyásmajmok, mi sem csak ilyen alapon hozunk döntéseket. Sokszor a másik preferenciánk hátrózza meg tényleges döntéseinket, amelyek azonban nem biztos, hogy tényleg jók nekünk.

A kétfajta preferencia megkülönböztetése és a csuklyásmajmok példája tanulságos képet vetít elénk. Gondoljunk a gazdaságra úgy, mintha mindannyiunknak egy majom ülne a vállán, amikor vásárolni megyünk vagy gazdasági döntéseket hozunk! Ez a vállunkon ülő majom testesíti meg a gyengeségeinket, amelyeket a kereskedők időtlen idők óta kihasználnak. E gyengeségek miatt sok választásunk nem esik egybe azzal, amit „igazán akarunk”, vagy más szavakkal: azzal, ami valóban jó nekünk. Általában nem vagyunk tudatában annak, hogy ott ül a vállunkon egy majom. Ezért, ha más nem korlátozza a piac működését, létrejön egy olyan gazdasági egyensúly, amelyben alapvetően a vállainkon ülő majmok diktálják a döntéseinket.

Optimális-e a szabadpiaci egyensúly?

Van egy talán meglepő eredmény, amely vitathatatlanul a közgazdaságtan középpontjában áll. A diszciplína atyja, Adam Smith 1776-ban *A nemzetek gazdagsága (The Wealth of Nations)*¹⁶ című könyvében fejtette ki, hogy a szabadpiacon, mint egy láthatatlan kéz, minden ember a *saját érdekeit követve* a közjót is előmozdítja egyben.

Valamivel több, mint száz év kellett ahhoz, hogy Smith megállapítását pontosan megértsük. Az elmélet modern verziója szerint, amelyet már az alapfokú közgazdasági kurzusokon is tanítanak, a versengő szabadpiacokon az egyensúly Pareto-optimális.¹⁷ Ez azt jelenti, hogy ha egy

ilyen gazdaság egyensúlyba került, nem lehet tovább javítani mindenkinek a gazdasági jólétét. Ha beavatkozunk a rendszerbe, akkor *valaki* rosszul jár. Végzett közgazdászok számára ezt a következtetést valamivel elegánsabban is meg lehet fogalmazni egy matematikai elméletben, a szabadpiaci optimalitás fogalmát magas szintű tudományos eredmény rangjára emelve.¹⁷

Természetesen a közgazdászok figyelembe vesznek olyan tényezőket is, amelyek korlátozhatják a szabadpiaci egyensúly létrejöttét. Általában külső gazdasági hatásokra, az ún. externáliákra vagy a torz jövedelemelosztásra hivatkoznak. Mindebből arra a következtetésre jutnak – miközben már régen felismerték, hogy a nagyobb vállalatok is korlátozhatják a tökéletes versenyt –, hogy ettől a két zavaró tényezőtől eltekintve bolond lenne bárki is belepiszkálni a szabadpiacok működésébe.¹⁸

Ez a következtetés azonban figyelmen kívül hagyja a könyvünk középpontjában álló megfontolásokat. A teljesen szabad piacokon nemcsak a választás szabad, hanem a balekhalászat is. Így is igaz Adam Smith megállapítása, hogy az egyensúly az optimális állapot. Ám az ilyen egyensúly nem abból a szempontból lesz optimális, amit valóban akarunk, hanem a vállalkon ülő majom preferenciáinak felel meg optimálisan. Ez pedig számos nehézséget okoz nekünk is és a majmainknak is.

A hagyományos közgazdaságtan nem törődik ezzel a különbséggel, mert a legtöbb közgazdász abból indul ki, hogy az emberek tudják, mit akarnak. Ha ez így lenne, akkor nem sokat nyernénk abból, ha felkutatnánk, miben különbözik tényleges kívánságunk attól, amit a vállalkon ülő majom a fülünkbe súg. Ezzel persze semmibe vennénk a pszichológia tudományát, amelynek jelentős része éppen a majmaink által ránk gyakorolt hatásokat kutatja.

Kivételt jelentenek a viselkedési közgazdaságtan művelői, akik, különösen az elmúlt 40 évben, már tanulmányozták a pszichológia és a közgazdaságtan kapcsolatát, más szóval fókuszba állították a vállalkon ülő majmok súgásainak következményeit, de különös módon – tudomásunk szerint – sohasem interpretálták eredményeiket Adam Smith alapgondolata, a láthatatlan kéz kontextusában. Talán túl kézenfekvő lett volna. Csak egy gyerek vagy egy félkegyelmű gondolhatta volna, hogy egy ilyen észrevétellel feltűnést kelthet. Mégis, mint látni fogjuk, ez a megfigyelés, bármilyen egyszerű, valós következményekkel jár. Annál is inkább, mert – mint Adam Smith mondhatná – mások, mint valami

láthatatlan kéz, saját jól felfogott érdekükben kielégítik a vállunkon ülő majmok kívánságait.

Így tehát lehetséges ugyan, hogy nem csavarintunk nagyot a megszokott közgazdaságtanon (azzal, hogy számításba vesszük a különbséget a valós szükségleteinkből adódó optimalitás és a vállunkon ülő majom preferenciáinak optimális kielégítése között), de ez a kis csavarintás erősen kihat az életünkre. Ez az egyik oka annak, hogy önmagában a lehetőség, hogy *szabadon választhatsz* – amit például Milton és Rose Friedman a közpolitika sine qua nonjának tekint¹⁹ –, miért von maga után súlyos gazdasági problémákat.

A pszichológia és a vállunkon ülő majom

A pszichológiának csupán egy kutatási területe a sok közül, amelyik azt vizsgálja, miért hoznak az emberek „diszfunkcionális” döntéseket. Egyes ágai például az egészséges emberi elme működésével foglalkoznak. Mégis, a diszciplína számos területe tárgyalja azokat a döntéseinket, amelyekkel olyan dolgokhoz jutunk, amelyekről csak azt hisszük, hogy akarjuk. Mindezt nyomon követhetjük, ha visszanyúlunk a pszichológiának egy olyan alkalmazásához, amely a 20. század közepén dívott. Az akkori pszichológia nagyrészt Freud tézisein alapult, és nagy hangsúlyt helyezett a tudattalannak a döntéshozatalban betöltött, azóta kísérletileg is bizonyított szerepére. Vance Packard fogalmazta meg, hogy a marketingesek és a hirdetőik amolyan „rejtett rábeszélők” (hidden persuaders) – ez volt 1957-es könyvének a címe is²⁰ –, mert a tudattalanjukon keresztül manipulálják az embereket. Ennek egyik legjobb példája, amelyre mindketten jól emlékszünk, több mint 50 évvel ezelőtti: a tortakeverékek gyártói a háziasszonyok kreativitási vágyát vették célba azzal, hogy egy fia tojást sem kell hozzáadni a keverékhez. Egy másik példa: a biztosítótársaságok a halhatatlanság iránti vágyra bázíroztak, amikor a reklámjaikban az elhunyt családapát is szerepeltették a halála időpontja után készült családi képeken.

A szociálpszichológiával és marketinggel foglalkozó Robert Cialdini könyve tele van a pszichológiai torzítások meggyőző példáival.²¹ Cialdini „listája” szerint azért kerülünk könnyen a balekhalászok hálójába, mert szeretjük viszonzni a kapott ajándékokat és szívességeket; kedves-

26 kedni akarunk azoknak, akiket szeretünk; nem szívesen lázadunk a hatalom ellen; igyekszünk másokat követve meghozni a viselkedésünkre vonatkozó döntéseinket; arra törekszünk, hogy döntéseinknek legyen belső konzisztenciájuk; és irtózunk a veszteségektől.²² Cialdini nyomán minden egyes torzításhoz hozzárendelhetünk hétköznapi kereskedői trükköket. Példái közül az egyik arról szól, miből tartotta fenn magát bátyja, Richard az egyetemi éve alatt. Minden héten megvett két vagy három használt autót, amelyet a helyi újságokban hirdettek. Szépen rendbe hozta őket, azután túladott rajtuk. Richard a veszteségtől való irtózást használta ki. A legtöbben különböző időpontokra hívták volna a potenciális vevőket, Richard azonban másképp gondolkodott: szándékosan úgy szervezte, hogy találkozzanak egymással. A szóban forgó autó értékétől függetlenül ugyanis mindannyian aggódtak amiatt, hogy hoppon maradnak, és az autót elviszi *előlük* a másik.²³

Információs balekok

Félrevezető vagy téves információk miatt is kifoghatnak bennünket a balekhalászok, akik arra játszanak, mit hiszünk arról, amit a pénzünkért kapunk. Kétféleképpen lehet pénzt keresni. Becsületes úton: ha az 1 dollárért eladott áru a vevőnek valóban 1 dollárt ér, miközben az eladó ennél olcsóbban állítja elő. De van egy másik lehetőség is: az eladók hamis információkat hintenek el a fogyasztók között, és elhítetik velük, hogy az 1 dollárért kínált áru megéri az árát, holott valójában jóval kevesebbet ér.

Könyvünkben sok ilyen példa kerül majd elő, elsősorban a pénzügyek világából. Az optimisták azt hiszik, a bonyolult pénzügyi tranzakciók arról szólnak, hogyan lehet a kockázatokat és a várható bevételeket jóindulattal a lehető legjobban megosztani különböző preferenciákkal élő emberek között, valahogy úgy, ahogy a gyerekek az üveggolyóikat vagy a baseballkártyáikat cserélgetik egymás között. Az ember ésszel él, különösen a pénzügyekben, szoktuk mantrázni, és a pénzügyek megrendszabályozásának legjobb módja hagyni, hogy megrendszabályozzák magukat. E mantra közpolitikai alkalmazásának nevezetes példája volt az Egyesült Államokban *Az árucikkek határidős piacainak modernizálásáról szóló 2000. évi törvény* (Commodity Futures Modernization Act of

2000, CFMA), amely lehetővé tette, hogy rendkívül összetett pénzügyi termékekkel minimális ellenőrzés mellett kereskedjenek, mondván: a piacok megrendszabályozzák magukat.

Egy mantra azonban még nem lesz igaz attól, ha sokszor ismételtetjük. Egy másik módszer, amellyel az üzleti életben pénzt lehet keresni, ha nem azt adják el az embereknek, amit azok valóban meg akarnak venni. Gondoljunk arra a bűvésztükkre, amikor a bűvész három bögre közül az egyik alá bedug egy pénzérmét, majd összekeveri a bögréket, és mindegyiket fölemeli!²⁴ A pénz nincs sehol. De hova tűnt? Voilà! – ott lapul a bűvész markában. Valami hasonló történhet a pénzzel a bonyolult pénzügyi tranzakciók világában is. Képletesen szólva: olyan értékpapírokat veszünk, amelyek a bögrék alól egyszer majd előkerülő pénzérmékre jogosítanak.

Ámde a bonyolult pénzügyetek zűrzavarában a pénzérme valamiképpen a bűvész kezébe vándorol, s amikor fölemeljük a bögréket, semmit sem találunk alattuk. Könyvünkben később három fejezetben is foglalkozunk majd a pénzügyi manipulációkkal. Mindháromban sok olyan trükköt mutatunk be, amelyek arra valók, hogy a bűvész kiemelje az érmét az ide-oda tologatott bögrék alól. Konkrétan, olyan manőverek tartoznak ide, mint az ügyes pénzügyi számvitel és a túlzottan optimista minősítések. Ilyen esetekben az emberek tudják, mit akarnak, az információk fantáziadús manipulálása azonban elfedi előlük, hogy amit kapnak, az valami egészen más. Megjegyzendő, hogy amíg az ilyen bűvésztükkökkel pénzt lehet keresni, addig bűvészekből nem lesz hiány. Ilyen a gazdasági egyensúly természete. És ez az alapvető oka annak, hogy a pénzügyi piacokon különösen nagy szükség van alapos ellenőrzésre. De ne vágjunk a dolgok elébe!

Elmélet és gyakorlat

Eddig – néhány példával illusztrálva – a balekhalászat egyensúlyelméletét vázoltuk fel, amely azt sugallja, hogy a valóságos gazdasági egyensúlyban sok a balekhalász. Az egyensúly ugyanazért jön létre, amiért a szupermarketekben, ahol nincs nagy különbség az egyes pénztáraknál álló sorok hossza között: az egymást követő vevők mindig abba a sorba állnak be, amelyiket a legrövidebbnek találják. Ehhez hasonlóan, a versengő

28 piacokon sem maradnak kihasználatlanul a balekhalászat kínálkozó lehetőségei. A könyv hátralevő részében példák során keresztül mutatjuk be, hogyan kap kiemelt szerepet ez az általános elv az életünkben.

A könyv felépítése

Bevezetés. Meghatározzuk a balekhalászati egyensúly lényegét és szükségszerűségét. Ez utóbbi alatt azt értjük – ismét a Cinnabon® példájára hivatkozva –, hogy ha az idősebb és ifjabb Komen nem lett volna, akkor akadt volna valaki más a földgolyó sok milliárd lakója között, aki betöltötte volna a helyüket. Vagyis, ami igaz a két Komenre, az általában is érvényes: ha valaki nem használja ki a profitszerzésre kínálkozó alkalmat, akkor kihasználja helyette valaki más.

I. rész: Kifizetetlen számlák és pénzügyi összeomlás. Az egy dolog, hogy megmutatjuk a vállalkozásokon ülő majmokat; játszunk a szavakkal, és eddig nem használt fogalmakban beszélünk a gazdasági egyensúlyról. De egészen más, hogy mindez lényeges szerepet játszik az életünkben. Ezt szeretnénk világossá tenni a könyv első részében.

Az 1. fejezetből kiderül, miért aggódik a legtöbb fogyasztó a hónap (vagy a hét) vége felé a kifizetésre váró számlák miatt, és miért marad el a számlák kifizetése meglehetősen gyakran. Mindannyian hibázhatunk, de a legtöbb hibát olyanok segítségével és felbujtására követjük el, akik szeretnének „eladni nekünk valamit”. A 2. fejezetben megmutatjuk, milyen szerepet játszott a balekhalászat a 2008-as pénzügyi válságban és annak pusztító globális következményeiben. Az általunk *hírnévkiaknázásnak* (reputation mining) nevezett jelenség nagy szerepet játszott ebben. Sok cég és tanácsadó ebben az időben többé-kevésbé szándékosan feladta a profit kedvéért az integritásáról kemény munkával kialakított reputációját. E sorok írásakor ezt a krízist még nem hagytuk teljesen magunk mögött, s azok az erők, amelyek ehhez a gazdasági válsághoz vezettek, még mindig hatnak a gazdasági egyensúlyra. Nem könnyű megszélesíteni ezeket az erőket, de meg kell értenünk őket, egyfelől azért, hogy az újabb krízisek elkerülhetőek legyenek, másfelől pedig azért, hogy ha mégis bekövetkeznének, kézben tarthassuk őket.

II. rész: Balekhalászat különböző helyzetekben. Ebben a részben szemügyre vesszük, hogyan működik a balekhalászat: a reklámban és a marketingben; az ingatlanok, autók és hitelkártyák piacán; a lobbizásban és a politikában; az élelmiszer- és gyógyszeriparban; az innovációban és a gazdasági növekedésben; az alkohol és a dohányárak forgalmában; valamint két konkrét pénzügyi piacon. Ez utóbbi területet később – a maga helyén – külön is áttekintjük.

Mindezek során újabb érvekkel fogjuk alátámasztani, milyen fontos szerepet játszik a balekhalászat az életünkben, de más lényeges tanulságokat is fel fogunk sorakoztatni. Mindezzel szeretnénk megkönnyíteni a balekhalászat felismerését és megértését. Ezért sok új példát hozunk a balekhalászati egyensúly létrejöttére és a balekhalászok elkerülhetetlenségére, hogy világossá tegyünk, itt nem az emberi gonoszságról, hanem a gazdasági rendszer természetes működéséről van szó. Mindemellett – s talán ez a legfontosabb – a különböző helyzetekben folyó balekhalászat gyakorlatának feltárásával új perspektíva nyílik előttünk a *hol* és a *hogyan* kérdéseinek megválaszolásához. A hirdetőkről és marketingesekről szóló fejezettel kezdve, akiknek az a dolguk, hogy megvetessék az emberekkel azt, aminek a promotálására szerződtek – túllépve Cialdini listáján és a mai viselkedési közgazdaságtanon –, újabb, általánosabb szempontból vizsgáljuk meg, hogy azért manipulálhatók az emberek, mert jobbra úgy gondolkodnak, hogy belehelyezik magukat valamilyen történetbe. Ezért az egyik legjobb manipulációs stratégia a balekok megvezetésére, hogy új (a balekhalászok számára előnyös) történetekkel oltják be a régieket. (Hozzá tesszük, a pszichológusok egyik fő vívmánya – túlzás nélkül: Freudtól Kahnemanig –, hogy előhózzák az emberekből a történeteiket, amelyeket maguknak mesélnek. A pszichológiában ezeket hívják *mentális kereteknek* (mental frames) vagy *szkripteknek* (scripts).²⁵

III. rész: Következtetések és utószó. Az I. és a II. részben a balekhalászat általános összefüggéseitől (például a fogyasztói kiadásoktól és a pénzügyi piacoktól) fokozatosan jutunk el a konkrétumokig (a kongresszusi választásoktól egészen addig, hogyan kerül meg az állami szabályozást és fogják be hálójukba a nagy gyógyszergyárak az orvosokat). Változatos példák alapján fejtjük ki elméletünket, a számunkra – és remélhetőleg az olvasó számára is – újszerű balekhalászati közgazdaságtant, és bemutatjuk, hol és hogyan kerülhetünk a balekhalászok hálójába.

A zárófejezetben látni fogjuk, hogyan egyeztethető össze ez az új megközelítés az Egyesült Államokban ma zajló gazdasági és társadalompolitikai folyamatokkal – példáinkat a gazdaságpolitika három különböző területéről vesszük majd.

Végül az Utószóban elsősorban potenciális bírálóinkhoz fordulunk, akik egészen biztosan fölteszik majd a kérdést: van-e a *Balekhalászat*-ban valami új. Éppen ezért összefoglaljuk, hogy szerintünk mivel, hol és hogyan egészíti ki könyvünk a hagyományos közgazdaságtant.

Szeretnénk, ha a *Balekhalászatot* nagyon komoly könyvnek tekintenék, de annak is örülnénk, ha jókat mulatnának rajta. Reméljük, sokan élvezni fogják a történeteinket, felismeréseinket, valamint zárógondolatainkat, és nem csak a könyv „Mondanivalójáról” – nagy M-mel(!) – szóló, amúgy helyénvaló méltatásokat olvassák el!