

ДЖОРДЖ АКЕРЛОФ
і РОБЕРТ ШИЛЛЕР

ФІШИНГ

**ХТО І ЯК МАНІПУЛЮЄ
ВАШИМ ВИБОРОМ**

*Переклав з англійської
Олександр Герасимчук*

«НАШ ФОРМАТ» · Київ · 2017

Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>

Передмова

«**Ц**е ж економіка, дурню!» — вигукнув Джеймс Карвілл, радник кандидата в президенти Білла Клінтона у 1992 році. Його слова були звернені до Джорджа Буша Молодшого, під час президентства якого розпочалася економічна рецесія, що спричинила безліч економічних проблем. Хоча ми маємо й іншу, ширшу, інтерпретацію висловлювання Карвілла: «Більшість наших проблем породжені самою природою економічної системи. Якщо бізнесмени поведуться егоїстично і корисливо, що впливає з економічної теорії, наша система вільного ринку породжує маніпуляції та обдурювання. І річ не в тому, що існує багато поганих людей. Люди грають за правилами й намагаються добре влаштуватися в житті. Але тиск конкуренції змушує бізнесменів вдаватися до обдурювання й маніпуляцій на вільному ринку, а нам доводиться купувати непотрібні продукти, переплачувати за них, виконувати роботу, доцільність якої нам незрозуміла, і дивуватися після цього, чому наше життя таке неладне».

Ми писали цю книжку як прихильники системи вільного ринку і водночас хотіли допомогти людям краще орієнтуватися в ній. Економічній системі притаманне шахрайство, і люди мають право про це знати. Ми маємо діяти в цій системі так, щоб захистити власну гідність і зберегти самодостатність. Ми маємо знайти в собі сили продовжувати робити свою справу, попри божевілля, що нас оточує.

Ми писали цю книжку для споживачів, які мають бути пильними стосовно всіх хитрощів, які чекають на них, а також для ділових людей, яким доводиться наслідувати деяких їхніх цинічних колег, як того вимагає економічна система.

Ми писали її для урядовців, яким випало невдячне завдання регулювати бізнес. Ми писали її для волонтерів, філантропів, неформальних лідерів, які докладають зусиль для самозбереження

особистості. І ми писали її для молоді, у якої ще все життя попереду і яка прагне мати власне бачення того, що відбувається. Усі ці люди виграють від вивчення балансу фішингу — тих сил, що вбудовують маніпуляції та обдурювання до системи, — якщо почнуть йому протистояти.

Нам потрібні історії героїв, які, лишаючись самодостатніми й не женучись за зиском, змогли втримати обдурювання в нашій економіці на придатному для життя рівні. У цій книжці ми розкажемо про багатьох таких героїв.

Продукція вільного ринку

Наприкінці XIX століття технічні досягнення вийшли на новий рівень. Було винайдено велосипед, електричне світло, автомобіль, телефон. Але значно менше уваги привернув до себе інший тогочасний винахід — торговельний автомат. Тоді він був не таким, як сьогодні.

Тогочасний торговельний автомат уособлював усі автоматизовані пристрої в торгівлі: покупець кидав монету в проріз і відкривав скриньку з бажаним товаром. У 90-ті роки XIX століття торговельні автомати продавали цукерки, сигари й цигарки, театральні біноклі, шоколадні батончики, а також давали змогу зазирнути у видання, що було попередником теперішньої міської телефонної книги. Словом, вони пропонували безліч всякої всячини. Основне нововведення полягало в механізмі, що спрацьовував після вкидання монети.

Однак незабаром для цього пристрою вигадали ще одне застосування: на додачу до торговельних з'явилися гральні автомати. Це нововведення тогочасна газета датує 1893 роком¹. Той, хто вигравав, — отримував не гроші, а фруктову цукерку. Невдовзі це перетворилося на символ: з'явилося загально впізнаване тепер зображення «трьох вишеньок».

Так на зламі сторіч виникла нова людська залежність — від гральних автоматів. 1899 року газета *Los Angeles Times* повідомила: «Чи не в кожному салуні нині стоїть від одного до десятка автоматів, біля яких від ранку й до ночі товпляться гравці... З'являється

залежність, яка перетворюється на манію. Молодь годинами не відходить від автоматів, а врешті програє все, що має»².

На цьому етапі виникла потреба в регуляторах. Гральні автомати руйнували стільки людських життів, що їх потрібно було або винести за закон, або принаймні регулювати їх використання, як це відбувалося з азартними іграми. Через це вони зникли з публічних місць і опинилися на периферії, тобто у спеціально відведених місцях: у казино, на територіях з ліберальнішим законодавством, скажімо, в штаті Невада, де гральні автомати можна було часто побачити в супермаркетах, на автозаправках і в аеропортах. Пересічна доросла людина витрачала там чотири відсотки свого доходу на азартні ігри — удев'ятеро більше від середнього показника по США³. Проте і в Неваді були деякі обмеження: 2010 року тамтешнє управління контролю за азартним бізнесом відхилило пропозицію, щоб покупці товарів щоденного вжитку використовували дріб'язок решти, отриманої у крамниці, для гри на автоматі⁴.

З настанням доби комп'ютеризації у грального автомата розпочалося нове життя. Як свідчить заголовок виданої 2012 року книжки Наташі Шуль із Массачусетського технологічного інституту, нові машини почали проектувати так, аби викликати залежність⁵. Моллі, яку Шуль зустріла в товаристві «Анонімні азартні гравці» у Лас-Вегасі, продемонструвала один цікавий бік цієї залежності. Дівчина намалювала схему «Як я себе уявляю»⁶: вона стоїть самотня біля автомата, у той час як її оточує, ловить у пастку кільцева дорога. Ця дорога сполучає шість «найголовніших місць» її життя: *MGM Grand* у Лас-Вегасі, де вона працює бронювальницею; три місця, де вона грає в азартні ігри⁷; товариство «Анонімні азартні гравці», де вона пробує вилікуватися від цієї залежності; і, зрештою, місце, де вона отримує ліки від синдрому тривожності. Моллі усвідомлює свою проблему: вона не йде до автоматів з надією виграти⁸, вона знає напевно, що програє. До гри її спонукає нав'язливий азарт. Коли вона входить у раж, то не думає ні про що: гра починається знову й знову. Моллі називає цей свій стан «входом у зону». Натискає на червону кнопку. Спалахують вогні — і почалося. Вона виграє або програє. Ще раз тисне на червону кнопку. Ще раз. Ще раз. Знову. І знову. І знову... Доки не закінчуються гроші.

Моллі — не одна така в Лас-Вегасі. Десять років тому в казино смерть унаслідок зупинки серця була особливо серйозною проблемою. Муніципальні бригади невідкладної допомоги не могли із цим упоратися. І тоді казино організували власні спеціально навчені команди, які робили відвідувачам дефібриляцію. На одному відео з камери спостереження добре видно, навіщо було потрібне це спеціальне навчання. На ньому команда з казино робить дефібриляцію під час зупинки серця одному з гравців, а поруч триває гра. Гравці не виходять із трансу, хоча жертва азарту буквально лежить у них у ногах⁹.

Що нам дають ринки?

Історія «добра і зла» торговельного/гравального автомата від 90-х років XIX століття й до сьогодення ілюструє амбівалентність ринкової економіки (подвійне уявлення про неї). Ми вітаємо ринки як принцип. Вільні ринки — плід миру і свободи, вони процвітають у добу стабільності, коли люди не живуть у страху. Але мотив зиску, породжений скриньками, які відкривалися і давали нам щось бажане, породив і гральні автомати, які відбирали наші гроші за привілей звикання. Образно висловлюючись, майже вся наша книжка буде про зло від цих машин, а не про добро від них, бо, як реформатори економічної думки, ми прагнемо змінити не те, що в світі правильне, а те, що неправильне. Але, перш ніж почати, з'ясуємо, що нам дають ринки.

Задля цього корисно розглянути тривалішу перспективу і повернутися до зламу XIX й XX століть. У грудні 1900 року інженер-будівельник Джон Елфрет Воткінс Молодший брав участь у конкурсі, оголошеному виданням *The Ladies Home Journal* на найкраще передбачення того, яким буде життя через сто років. Він стверджував, що з кранів подаватиметься гаряче і холодне повітря. З'являться швидкохідні судна, які доправлятимуть нас до Англії за дві доби. Існуватимуть повітряні кораблі, які використовуватимуть переважно військові, але часом вони перевозитимуть і цивільних пасажирів та вантажі. Класична опера транслюватиметься телефоном до приватних будинків, і гармонійне звучання даватиме

таку саму насолоду, як і в театральній ложі¹⁰. На цьому пророцтва не закінчувалися.

Воткінс писав, що його передбачення здаються «дивними й майже неможливими», проте вільні ринки, маючи стимули продукувати те, чого хочуть люди, доки це дає прибуток, зробили його пророцтва більше ніж дійсністю.

Вільні ринки не просто створюють «ріг достатку», якого потребують люди. Вони створюють економічну рівновагу, сприятливу для економічних одиниць, які маніпулюють нашими судженнями або викривляють їх, використовуючи бізнесову практику, що схожа на рак у медицині, який вбудовується в нормальний стан людського тіла.

Яскравим прикладом можуть слугувати слот-машини. Невипадково вони поширилися й стали вкрай потрібними, перш ніж їхню роботу почали контролювати й оголошувати поза законом. Оскільки ми слабо уявляємо, чого хочемо насправді і оскільки таку слабкість можна з певним зиском підтримувати і скеровувати, ринки матимуть змогу використовувати цю слабкість і надалі. Вони зосередяться на цьому й використовуватимуть нас. Вони матимуть нас за простаків.

Про збирання інформації та виловлювання простаків

За Великим оксфордським словником, слово «phish» з'явилося 1996 року під час становлення всесвітньої мережі Інтернет*. Онлайн-словник *Dictionary.com* тлумачить дієслово *phish* як «вчиняти фальсифікацію в інтернеті, аби збирати особисту інформацію, видаючи себе за відому й шановану компанію; обдурювати в онлайні, щоб оманом видобути особисту інформацію»¹¹. У нашій книзі ми розширюємо значення слова *phish*. Ми беремо визначення, яке застосовувалося в інтернеті, як метафору й розглядаємо

* В інтернеті ані Оксфордський словник, ані Вебстер цього слова не фіксують, а фіксує його видання Heritage. Dictionary of the English Language, Fifth Edition copyright, 2015 by Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company і найбільший онлайн-словник Dictionary.com, подаючи дату 1995 р. З 1996 по 2000 р. закріплюють похідний термін «фішинг». — Прим. пер.

фішинг не як нелегальну діяльність, а як ширший термін, що походить з давнішої історії. Ідеться про примушування людей робити щось в інтересах шукача такої інформації — фішермена, — а не заради мети. Образно кажучи, це як рибалка кидає у воду наживку, сідає й чекає, коли повз пропливатиме сторожка риба, яка припуститься помилки і впіймається. Існує стільки таких «рибалок» і вони настільки вигадливі з наживками, що, за законами ймовірності, ми всі, попри свою обачність, рано чи пізно ловимося на гачок. І винятків немає.

За нашим визначенням, простак — це людина, яка з певної причини успішно «ловиться на наживку». Простак буває психологічним і інформаційним. Психологічні простаци, натомість, теж поділяються на два різновиди. Перший — коли емоції беруть гору над здоровим глуздом. Другий — коли когнітивні відхилення, як-от оптичні ілюзії¹², змушують людину перекручувати реальність, і вона діє на підставі неправильного тлумачення фактів. Згадувана вище Моллі — емоційна, а не когнітивна простака. Вона чудово розуміла свою ситуацію з гральними автоматами, але не могла нічого вдіяти.

Дії інформаційних простаків залежать від інформації, яка подається так, аби ввести їх в оману. За приклад можуть правити акціонери корпорації *Enron*. Експансія корпорації спиралась на неправдиву (а пізніше й фальсифіковану) звітність. Її екстраординарні прибутки стали результатом обліку активів на підставі поточних ринкових цін, коли майбутній очікуваний зиск від інвестування реєструвався після здійснення інвестицій¹³. За традиційними правилами треба було чекати на актуалізацію прибутків. У 1995–2000 роках *Fortune* називав *Enron* найбільш інноваційною корпорацією¹⁴ в країні. *Fortune* мав рацію, просто видавці не зрозуміли природи новаторства.

У нашій книзі ми не розглядатимемо питань моральності вчинків бізнесменів, однак інколи описуватимемо прихований бік їхніх дій. Основну проблему ми вбачаємо в спонуканні до неперебірливої поведінки на конкурентних ринках. Воно потужно стимулює й винагороджує героїчних бізнесменів, які постачають новаторську продукцію, що має попит. Щоправда, нерегульовані вільні ринки рідко винагороджують інший тип героїзму, коли бізнесмени утримуються від використання психологічної або інформаційної

некомпетентності клієнтів. У нещадній конкуренції менеджерів, які обмежують себе в цьому, цілком можуть замінити інші, менш принципові з погляду моралі, фахівці. Громадянське суспільство й соціальні норми трохи пригальмовують такий фішинг, однак за умов рівноваги ринку, якщо з'являється можливість виловлювати інформацію, навіть фірми з високоморальними настановами будуть змушені вдаватися до цього, аби конкурувати й виживати.

Звідки ми могли знати?

Ми припускаємо, що ця книжка не буде популярною серед тих, хто вважає, що люди завжди заради себе ухвалюють найкращі рішення. Вони можуть запитати: «А хто такі ці Боб і Джордж, аби казати, що люди не скрізь і не завжди до пуття оцінюють рішення, які їх стосуються?». Як це здебільшого буває в економіці, такий аргумент можливий лише як абстрактний. Але щойно ми дослідимо це питання стосовно реальних людей і їхніх реальних рішень (а саме так ми чинитимемо в нашій книзі), то побачимо, як насправді часто їх пошивають у дурні.

Ми говоримо так не через власне нахабство. Просто ми це добре знаємо, бо бачимо, як люди насправді ухвалюють рішення, які їм, власне, не потрібні. Генрі Девід Торо колись зауважив, що «більшість людей живе у тихому відчаї»¹⁵. Цікаво, що відтоді минуло півтора століття, а в США, чи не найбагатшій країні світу, і досі купа людей із цього «тихого відчаю» не вийшла. Згадайте-но нещасну Моллі з Лас-Вегаса.

Рішення, які людям, власне, не потрібні

Ухвалення рішень, які людям, власне, не потрібні, можна спостерігати в чотирьох сферах: особистій фінансовій безпеці, стабільності макроекономіки (економіки загалом), власному здоров'ї та якості врядування. У кожній із цих царин фішинг істотно впливає на наше життя.

Особиста фінансова безпека. Багато дорослих людей (до слова, у заможних країнах) перед сном мучаться нав'язливою думкою,

як сплатити рахунки. Цей фундаментальний факт економічного життя так досі й не потрапив до підручників з економіки. Економісти гадають, що людям легко узгоджувати витрати з можливостями свого бюджету. Проте вони забувають, що навіть якщо ми обачні 99 % свого часу, рішення, ухвалене за 1 % того часу, коли ми діємо за принципом «гроші не мають значення», може знищити всю нашу попередню обачність. І бізнес-структури про цей 1 % добре знають. Вони скеровують свою увагу на ті події в нашому житті, коли любов (чи інші мотиви) притупляє нашу обережність у поводженні з бюджетом. Для когось — це щорічний різдвяний подарунок. Для когось — весілля, коли організатори запевняють молодят, що ця подія коштує чи не половину річного ВВП на душу населення¹⁶; або похорон, коли директор похоронного бюро виставляє труни так, щоб стимулювати вибір, скажімо, моделі «Монако», «лакованої під морську імлу і вистеленої оксамитом марки 600 *Aqua Supreme*, і з розкішними воланами»¹⁷; дні народження, коли рітейлер-фірма *Babies R'Us* надає «особистого консультанта-товарознавця»¹⁸.

Але урочисті події — не єдині випадки нашого життя, коли ощадливість ігнорується. І геть не дивно, що заможні дорослі люди вкладаються спати з тривогою про свої рахунки. Просто виробники вельми винахідливі в примушуванні нас відчувати, що нам конче потрібні їхні продукти, які ніби відповідають нашим потребам. Ніхто не хоче вкладатися спати з думками про рахунки, проте більшість людей чинить саме так¹⁹.

Одним із джерел страху щодо рахунків є махлювання: як споживачі ми розуміємо, що справді платимо забагато. А надто коли виходимо за межі зони комфорту, щоб зробити рідкісну, виняткову покупку²⁰. У приблизно 30 % продажів житла новим покупцям підсумкова вартість транзакції більш ніж наполовину перевищує аванс покупця в операції²¹. Як ми переконаємося далі, продавці автомобілів виробили власні вишукані технології продажу більшої кількості автівок, ніж нам насправді потрібно. І так, звісно, вони ще й змушують нас за це платити більше. Ніхто не хоче втрачати. Але так постійно виходить — навіть якщо ми робимо найбільш продумані у нашому житті покупки.

Макроекономічна стабільність. Фішинг на фінансових ринках — основна причина фінансових криз, які призводять до найглибших рецесій. Щодо фінансових криз, то відомий тепер вислів «Нині все інакше» — водночас і істинний, і хибний²². Під час буму, що передувє обвалу, фішermени переконують покупців, що їм слід продати свої активи, бо «нині все інакше». І ось приклади: шведська сірникова монополія у 1920-х (Івар Крюгер з компанії *Kreuger and Toll*); доткоми в 1990-х; субстандартні застави в 2000-х (Енджело Мозіло з *Countrywide*)... Справді, щоразу все по-іншому: інші історії, інші підприємці, інші їхні пропозиції. Однак щоразу ж повторюється те саме. Є фішermени, і є простаки. А коли за допомогою нерозкритих маніпуляцій (Джон Кеннет Гелбрейт називав це «хитрощами»²³) накопичувалася критична маса акцій, ціни на активи обвалювалися. Інвестиційним менеджерам, які купували пакети з поганою заставою до обвалу 2008 року, вони, можливо, були не потрібні. А коли фішинг і махлювання стали явними, з'явилися жажливі побічні ефекти: втрачено довіру в економіці, курс акцій здешевшав удвічі, працевлаштоване населення втратило роботу, безробітні не могли її знайти. Тривале безробіття досягло рівня, якого не бачили з часів Великої депресії.

Здоров'я. У плані здоров'я, яке потрібне всім нам: і тим, хто достатньо добре харчується, і тим, хто гарно вдягнений, і тим, хто має чудовий будинок, — постачальники ліків теж дурять нас як простаків. У 1880-ті Деніел Пінкем, перебуваючи у Нью-Йорку, зауважив, що жінки дуже переймаються проблемами з нирками. Тому він написав додому, що ці недуги варто додати до переліку хвороб, які можна вилікувати сімейними пігулками *Pinkham*²⁴. Цією порадою, звісно ж, скористалися.

Нині фармацевтична компанія не може так просто додавати хвороби до переліку показань для своїх ліків. У Сполучених Штатах щодо цього діє сувора процедура. Компанія має отримати дозвіл Управління санітарного нагляду за якістю харчів і ліків, які пройшли контрольоване рандомізоване тестування*, а також переконати

* Дослідження, за якого вибір об'єктів має випадковий порядок, що дає змогу забезпечити об'єктивність вибору й уникнути впливу на результати дослідження періодичних чинників. — *Прим. ред.*