

Złowić frajera

Ekonomia manipulacji i oszustwa

George A. Akerlof

Robert J. Shiller

Złowić frajera

Ekonomia manipulacji i oszustwa

Przekład

Zbigniew Matkowski

Polskie Towarzystwo Ekonomiczne

2017

Dane o oryginale:

George A. Akerlof, Robert J. Shiller
Phishing for Phools
The Economics of Manipulation and Deception
Princeton University Press
41 William Street, Princeton, New Jersey 08540

Copyright © 2015 by Princeton University Press

All rights reserved.

Wszystkie prawa zastrzeżone. Publikacja wydana na prawach licencji.

Copyright © 2017 for the Polish translation by Polish Economic Society.

Wydawca

Polskie Towarzystwo Ekonomiczne
ul. Nowy Świat 49, 00-042 Warszawa
tel: (22) 551 54 01, fax: (22) 551 54 44, e-mail: zk@pte.pl
www.pte.pl, www.ksiazkiekonomiczne.pl

ISBN: 978-83-65269-17-1

Skład, korekta i łamanie

Magdalena Matkowska, Mariusz Próchniak

Projekt okładki

Mirosław Krzyszkowski

Projekt ilustracji wykorzystanej na okładce

© Edward Koren

Druk i oprawa

Sowa Sp. z o.o.

Wydanie I

Spis treści

Przedmowa do wydania polskiego	vii
Od tłumacza	xi
Przedmowa autorów	xix
Wprowadzenie: Nie dajmy się zmanipulować – równowaga phishingu	1
 Część I	
<i>Niezapłacone rachunki i krach finansowy</i>	15
1. Pokusa na każdym kroku	17
2. Drenaż reputacji i kryzys finansowy	27
 Część II	
<i>Różne oblicza phishingu</i>	47
3. Marketing potrafi wykorzystać nasze słabości	50
4. Samochody, domy i karty kredytowe	68
5. Phishing w polityce	82
6. Żywność i leki	97
7. Innowacje dobre i złe, a nawet okropne	113
8. Tytoń i alkohol	123
9. Bankructwo dla zysku	141
10. Obligacje śmieciowe	149
11. Ruch oporu i jego bohaterowie	162
 Część III	
<i>Zakończenie i posłowie</i>	177
Zakończenie: Nowa narracja i jej konsekwencje	179
Posłowie: Znaczenie równowagi phishingu	198
Podziękowania	211
Bibliografia	217
Indeks nazwisk	239
Indeks rzeczowy	245
Laureaci Nagrody im. Alfreda Nobla w dziedzinie ekonomii	260

Przedmowa do wydania polskiego

Polskie Towarzystwo Ekonomiczne oddaje do rąk czytelników przekład książki dwóch laureatów najwyższej klasy nagrody w dziedzinie ekonomii, jaką jest Nagroda Banku Szwecji im. Alfreda Nobla. To kolejna książka opublikowana w ramach serii wydawniczej Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego „Nobliści z ekonomii”. W przypadku Roberta J. Shillera to już drugi w tej serii przekład dzieła tego noblisty. Wcześniej, w 2016 r. została opublikowana jego książka pt. „Finanse a dobrobyt społeczny”. Niniejszą książkę traktuję jako poszerzoną kontynuację analiz na temat nieprawidłowości we współczesnej gospodarce, ale z uwzględnieniem nie tylko świata finansów, lecz całej specyfiki wolnego rynku, jego istoty, mechanizmów i narzędzi oraz siły i słabości.

Autorzy tej książki od początku deklarują się jako zwolennicy wolnego rynku, ale zarazem dostrzegają jego słabości – słabości, które w neoklasycznej teorii ekonomii są, jeśli nie ignorowane, to z pewnością traktowane jako problem marginalny, problem o niewielkim znaczeniu. Konstatują, że *ekonomia przedstawia zwykle wolny rynek jako dobrze działający mechanizm, chociaż uznaje konieczność interwencji państwa zmierzającej do rozwiązania dwóch problemów: „efektów zewnętrznych” i „niesprawiedliwego” podziału dochodów, co można jednak skutecznie przy minimalnym zakresie interwencji, poprzez odpowiednie ustawienie podatków i subsydiów.* I takie właśnie podejście jest w tej książce kwestionowane. Shiller i Akerlof, autorzy niniejszej książki, są innego zdania, wskazując na codzienne przejawy rozmaitych oszustw, przekrętów i manipulacji rynkowych, co określają jako *phishing*. Prezentują inne i szersze spojrzenie na społeczeństwo i gospodarkę, a przy tym – co istotne – nie polemizują z podręcznikami do ekonomii co do zalet wolnego rynku. Podkreślają jednak, że nie powinno się zanadto wychwalać systemu wolnorynkowego, bowiem *mechanizm rynkowy działa dobrze (tak jak to opisują podręczniki), jeżeli spełnione są wszystkie założenia warunkujące jego prawidłowe działanie. Każdy człowiek ma jednak jakąś słabość i nie o wszystkim jest dobrze poinformowany.* Dlatego też popełnia błędy i wpada w pułapki rynkowe, potwierdzając tym samym tezę, że rynek nie ma wrogów, ale ma wiele ofiar. Autorzy książki dowodzą tego m.in. na przykładzie oszustw finansowych, w tym bankowych i ubezpieczeniowych, samochodowych, lotniczych, deweloperskich, internetowych, farmaceutycznych, żywnościowych, wydawniczych, edukacyjnych, a nawet politycznych, w tym wyborczych.

Zdaniem autorów książki, skoro *ludzie są niedoskonali, to gospodarka wolnokonkurencyjna także nie może być perfekcyjną maszyną, która dostarcza nam dokładnie to, czego rzeczywiście potrzebujemy i pragniemy. Jest ona także matecznikiem nieustannego phishingu, z sieciami rozlegle zarzuconymi do połowu łatwowiernych frajerów*. Zatem autorzy książki nie poprzestają na dość częstą wśród ekonomistów ocenę, że nie wolno mieszać patologii ze standardową ekonomią. Uznają, że manipulacje rynkowe są nieodłączną cechą gospodarki wolnorynkowej, a nie przysłowiowymi „wypadkami przy pracy”, czy jednostkowymi patologiami. Dlatego też podkreślają, że *niewłaściwe jest – tak jak to ujmują podręczniki ekonomii kształtujące standardową wiedzę większości ekonomistów – przedstawianie jedynie zdrowego (tzn. efektywnego) funkcjonowania mechanizmów rynkowych i traktowanie patologii ekonomicznych jako zjawisk związanych jedynie z efektami zewnętrznymi i podziałem dochodów*. Uznają, że ekonomia jest znacznie bardziej złożona niż wynikałoby ze standardowych wyobrażeń.

Przedstawiając nieprawidłowości wolnego rynku, autorzy książki wskazują zarazem na konieczność działań umożliwiających ochronę ludzi przed oszustwami rynkowymi, przy czym walkę z nimi metaforycznie porównują z walką organizmu ludzkiego z chorobą nowotworową. Wskazują na niezbywalną i niezbędną rolę państwa w korygowaniu słabości rynkowych, przeciwstawiając się zarazem sprowadzaniu państwa jedynie do roli *stróża nocnego*. Zdaniem autorów książki *państwo musi zwalczać nieuczciwe praktyki handlowe, regulować funkcjonowanie różnych rynków i chronić konsumentów przed pazernością monopolu*. Powinno także chronić przed innymi negatywnymi zjawiskami, takimi jak erozja dóbr publicznych, bezrobocie, inflacja, dewastacja środowiska naturalnego, nierówności społeczne, w tym w sferze edukacji, ochrony zdrowia, dostępu do prawa itp. Fundamentalne znaczenie mają przy tym działania i regulacje na rzecz efektywnego okiełznania mechanizmu wolnorynkowego i podporządkowania go interesom całej gospodarki i interesom społecznym. Podobnie jak w książce Shillera pt. „Finanse a dobrobyt społeczny” i w tej publikacji autorzy wskazują, że wolny rynek trzeba nieustannie humanizować, uczłowieczać.

Książka pełna jest rozmaitych fascynujących, barwnych metafor i odniesień do rozmaitych dziedzin życia ludzkiego, wyżywienia, sportu, muzyki, transportu, medycyny, lobbingu, czyli dziedzin, z którymi wcześniej czy później styka się każdy człowiek. Przykłady te dotyczą przede wszystkim USA, ale zachowują uniwersalność, przystając także do innych krajów i rynków.

Lektura książki pomaga w zachowaniu równowagi ocen i obiektywizacji spojrzenia na wolny rynek. A o to, zwłaszcza wobec złożoności gospodarki

i postaw ludzkich, wcale niełatwo. Autorzy wskazują z jednej strony na piękno wolnego rynku, jako systemu, *który potrafi zapewnić wysoki poziom życia*, ale z drugiej strony, ukazują jego brzydotę i nieodłączny dla tego systemu *phishing*, w tym skłonność do prowadzenia interesów z pogranicza prawa lub wręcz wbrew jego intencjom. Wiąże się to m.in. z funkcjonowaniem potężnej maszyny lobbingowej, zdolnej do wpływania na kształt nie tylko gospodarki, ale i polityki, demokracji oraz legislacji. Wystarczy tu wskazać, że w USA na jednego kongresmena przypada 20 lobbystów. Potężne grupy interesów w każdym momencie podejmują działania, aby wyeliminować nawet najmniejsze zagrożenia dla własnych korzyści, bez względu na następstwa społeczne, polityczne, makroekonomiczne i inne.

Zdaniem autorów książki przeciwdziałanie *phishingowi* to zadanie, które nigdy się nie kończy. Choć przeważnie nie skutkuje całkowitym fiaskiem, to zarazem często nie kończy się pełnym sukcesem. Ale – zdaniem autorów książki – tylko przeciwdziałając *phishingowi* można budować lepszy i bardziej harmonijny świat. Autorzy książki są przekonani o konieczności takiego przeciwdziałania i przekonująco dowodzą swoich racji, podpowiadając, w jaki sposób w warunkach demokracji można pogodzić wolny rynek z podstawowymi wartościami ludzkimi i etyką.

Książkę cechuje przystępna narracja i obfitość barwnych metafor, poruszających opisów przypadków z codziennego życia, zasmucających i bulwersujących przykładów oszustw rynkowych. Zarazem lektura książki dostarcza sporej dawki wiedzy i o współczesnej gospodarce, i o ekonomii. Książkę tę powinien przeczytać każdy, kto nie chce wpadać w zastawiane przez wolny rynek pułapki, każdy, kto nie chce być owym tytułowym frajerem złowionym w rynkowe sieci. Powinni się nią zainteresować zwłaszcza parlamentarzyści i kreatorzy polityki społeczno-gospodarczej na szczeblach centralnych i innych. Jest to użyteczna lektura zarówno dla praktyków, jak i badaczy wolnego rynku, dla naukowców, w tym ekonomistów, prawników, socjologów, historyków gospodarczych i in. I co najważniejsze, jest to książka wielce użyteczna dla zwykłych zjadaczy chleba, zmagających się na co dzień z rynkowymi pokusami i pułapkami.

Dlatego też polecam tę książkę uwadze czytelników z przekonaniem, że jest ona bardzo pouczającą i otwiera oczy na złożoną i trudną, ale zarazem towarzyszącą nam w życiu codziennym, problematykę wolnego rynku. Choć podawane w książce przykłady oszustw rynkowych dotyczą głównie USA, to ze względu na ich uniwersalność, rekomendując tę książkę, wyrażam nadzieję, że doczeka się ona swojej mutacji odnoszącej się wprost do sytuacji w Polsce i znajdzie się specjalista,

który podejmie się zadania przygotowania takiej, uwzględniającej polską specyfikę, publikacji.

Książka ta – jak i inne książki z serii wydawniczej PTE „Nobliści z ekonomii” – powinna zainteresować wszystkich, którym na sercu leży dobrostan kraju i dobrobyt jego obywateli. Polecam lekturę tej książki z tym większym przekonaniem, że została ona po mistrzowsku przetłumaczona przez dr. Zbigniewa Matkowskiego, co zapewnia komfort lektury.

Elżbieta Mączyńska

Prezes Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego

Od tłumacza

Jest to już szósta książka przetłumaczona przeze mnie w ramach serii wydawniczej Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego „Nobliści w ekonomii”, której celem jest przybliżenie polskiemu czytelnikowi dorobku naukowego laureatów Nagrody im. Alfreda Nobla z ekonomii, przyznawanej corocznie przez Bank Szwecji. Tym razem jest to książka *Phishing for Phools. The Economics of Manipulation and Deception*, napisana przez dwóch ekonomistów amerykańskich, George’a Akerlofa i Roberta Shillera, którzy to zaszczytne wyróżnienie naukowe otrzymali odpowiednio w 2001 r. i 2013 r. Tytuł polskiego przekładu – uzgodniony z wydawcą i z autorami – brzmi: *Złowić frajera. Ekonomia manipulacji i oszustwa*.

Pomimo pewnych różnic w specjalizacji naukowej autorzy ci od dawna ze sobą współpracują, bo łączą ich wspólne zainteresowania oraz przywiązanie do konwencji badawczej charakterystycznej dla ekonomii behawioralnej, uprawianej z pozycji typowych dla współczesnego keynesizmu. Na rynku polskim ukazał się już dawniej przekład innej wspólnej książki tych autorów, zatytułowanej *Zwierzęce instynkty* (Studio Emka, 2010), oraz mój własny przekład książki R.J. Shillera *Finanse a dobrobyt społeczny* (Wyd. PTE, 2016).

Książka ta, powstała na kanwie wykładów i seminariów prowadzonych przez obydwu autorów, zawiera bogatą dokumentację ilustrującą szerokie występowanie w gospodarce amerykańskiej zjawiska zwanego przez autorów „phishingiem”, o znaczeniu bliskim pojęciu manipulacji rynkowej i oszustwa, oraz próbę objaśnienia jego mechanizmów i skutków dla życia gospodarczego, społecznego i politycznego. Autorzy zwracają uwagę, że zjawisko to – pomimo swojej powszechności i dużego znaczenia – jest całkowicie pomijane lub traktowane zdawkowo w większości podręczników ekonomii. Do wyjaśnienia natury tego zjawiska i jego mechanizmów autorzy wprzęgają aparaturę pojęciową ekonomii behawioralnej i psychologii społecznej, ze szczególnym uwzględnieniem opowieści przekazywanych sobie przez ludzi oraz narracji wszczepianej ludziom przez marketerów, specjalistów od reklamy i różnych propagandystów (tzw. „storytelling”).

Termin „phishing” został zapożyczony z języka internetowego. W żargonie używanym przez internautów oznacza on wyłudzenie danych osobowych lub informacji finansowych dotyczących innego użytkownika komputera w celu ich wykorzystania do sfingowanych płatności bądź inny rodzaj oszustwa internetowego. W tej książce termin ten używany jest jednak w innym znaczeniu, choć także zahaczającym o manipulację lub oszustwo. Tutaj chodzi bowiem o nakłanianie ludzi do podejmowania decyzji niezgodnych z ich własnym interesem, lecz

korzystnych dla manipulanta lub jego mocodawców. Manipulacja ta wspierana jest całym arsenałem metod i środków marketingu, a przede wszystkim intensywną reklamą i propagandą, z wykorzystaniem ludzkich słabości, łatwowierności i niepełnej wiedzy. Autorzy opisują liczne przykłady tego zjawiska w różnych dziedzinach – przede wszystkim na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych, na rynkach inwestycyjnych i finansowych, a nawet w sferze polityki, podkreślając jego negatywny wpływ na nasze życie, dobrobyt i rozwój gospodarczy.

W szczególności, decyzje konsumentów dotyczące wyboru nabywanych dóbr i usług, podejmowane przy silnym oddziaływaniu reklamy i perswazji stosowanej przez sprytnych sprzedawców, nie odzwierciedlają rzeczywistych potrzeb nabywców. Ludzie kupują niekoniecznie to, czego rzeczywiście potrzebują i co jest dla nich dobre, lecz to, do czego zachęcają ich producenci i sprzedawcy, kierujący się motywem zysku. Często są to rzeczy niezbyt potrzebne, a nawet niebezpieczne lub szkodliwe, za które nabywcy niekiedy słono przepłacają. Podobnie niektóre decyzje inwestycyjne, podejmowane na rynku finansowym przez niedoświadczonych graczy, są rażąco nietrafne i prowadzą do dużych strat, a niekiedy wywołują groźne bańki spekulacyjne, których pęknięcie kończy się kryzysem finansowym i recesją gospodarczą, jak to było w pamiętnym roku 2008. Ogólnie biorąc, przyjmowane w teorii ekonomii założenie o racjonalności jednostek gospodarczych, a zwłaszcza konsumentów, jest dużym uproszczeniem.

Autorzy pokazują, że istnieje zasadnicza różnica pomiędzy rzeczywistymi potrzebami ludzi a gustami kształtowanymi przez reklamę. W tych warunkach sam mechanizm rynkowy („niewidzialna ręka”) nie zapewnia maksymalizacji dobrobytu indywidualnego i społecznego. System wolnorynkowy, napędzany motywem zysku, dostarcza nam dzisiaj ogromną ilość rozmaitych towarów, ale przy obecności intensywnego phishingu nie zapewnia zdrowego rozwoju gospodarki i maksymalizacji dobrobytu. Aby złagodzić zakłócenia i straty powodowane przez to zjawisko, konieczna jest kontrola i regulacja rynku oraz skuteczna ochrona interesów konsumentów i praw obywateli. Wiele zależy również od edukacji ekonomicznej i finansowej społeczeństwa, solidarności ludzkiej i zdolności do samoobrony przed zachłannością biznesu nastawionego wyłącznie na zysk. Takie jest główne przesłanie tej książki.

Zasługą autorów jest pokazanie powszechności i nieuchronności phishingu występującego w gospodarce rynkowej oraz konieczności kontroli i regulacji rynku sprawowanej przez właściwe organy państwa w celu ograniczenia zasięgu i natężenia tego zjawiska i łagodzenia jego negatywnych skutków. Autorzy skupili uwagę głównie na prezentacji przykładów phishingu występującego na różnych rynkach i w różnych dziedzinach życia społecznego, nie wyłączając polityki. Szczegółowe

opisy tych przykładów, uzupełnione detaliczną dokumentacją podawaną w przypisach, są miejscami dość nużące – zwłaszcza dla czytelnika polskiego – tym bardziej, że dotyczą one prawie wyłącznie gospodarki Stanów Zjednoczonych i społeczeństwa amerykańskiego. Natomiast ogólne wnioski płynące z tych opisów, które mogłyby wzbogacić teorię ekonomii i usprawnić politykę społeczno-gospodarczą, zwłaszcza w zakresie stabilizacji koniunktury oraz nadzoru i regulacji rynków, są dozowane dość oszczędnie; w większości wnioski te zostały przesunięte do końcowej części książki, ale i tam jest ich niewiele. Bardziej zaawansowani czytelnicy, dysponujący szerszą wiedzą ekonomiczną, mogą poczuć się zawiedzeni faktem, że w książce poruszającej tak ważny temat i napisanej przez dwóch wybitnych ekonomistów poświęcono stosunkowo mało miejsca na teoretyczne uogólnienie opisywanych zjawisk. Miejmy jednak nadzieję, że książka ta, pokazująca ogromne znaczenie opisywanego zjawiska we współczesnej gospodarce i w życiu społecznym, będzie impulsem do dalszych badań oraz rozwoju teorii wyjaśniającej to zjawisko i jego implikacje mikro- i makroekonomiczne.

Autorzy książki słusznie krytykują współczesną neoliberalną ekonomię za jej apoteozę nieskrępowanej wolności gospodarczej i bezwzględnej pogoni za zyskiem, za przemilczanie rozlicznych wad i ograniczeń wolnego rynku oraz żądanie ograniczenia aktywnej roli państwa w gospodarce. Nie ulega wątpliwości, iż ograniczenie skali i natężenia manipulacji i oszustw rynkowych oraz złagodzenie ich negatywnych skutków społecznych i gospodarczych wymaga wzmocnienia, a nie osłabiania roli państwa w gospodarce, zwłaszcza w zakresie kontroli rynku i konkurencji oraz ochrony konsumenta. Można zgodzić się z poglądem autorów, że standardowa (podręcznikowa) ekonomia przemilcza lub lekceważy opisywany problem. Ale nie oznacza to bynajmniej – jak sugerują autorzy – że większość współczesnych podręczników ekonomii dostrzega jedynie dwie słabości systemu rynkowego opartego na własności prywatnej: problem tzw. efektów zewnętrznych i problem rażących nierówności dochodowych. Owszem, taki zarzut można postawić niektórym podręcznikom pisanych z pozycji przesadnie liberalnej ekonomii. Jednak większość najbardziej popularnych uniwersyteckich podręczników ekonomii używanych w krajach europejskich (w tym w Polsce) podaje znacznie szerszą listę niedoskonałości mechanizmu wolnego rynku, które uzasadniają aktywną obecność państwa w gospodarce (koncentracja produkcji i monopolizacja, dobra publiczne i wspólne zasoby, wahania koniunktury, bezrobocie i inflacja, ochrona przedsiębiorczości krajowej itp.), nie mówiąc już o roli państwa w takich dziedzinach jak nauka i edukacja, ochrona zdrowia i środowiska naturalnego, opieka społeczna, obrona narodowa i bezpieczeństwo publiczne. Większość podręczników ekonomii używanych w Polsce i w innych krajach europejskich zawiera

odrębne rozdziały lub części poświęcone omówieniu roli i funkcji państwa w gospodarce. Nie brakuje też książek opisujących różne modele „gospodarki mieszanej” (prywatno-publicznej), silnie regulowanej i częściowo planowanej, w tym różne koncepcje „państwa dobrobytu” i „społecznej gospodarki rynkowej”. Wiedza o współczesnej gospodarce przekazywana studentom ekonomii w Europie jest na ogół dosyć szeroka i dość realistyczna, choć nie brakuje w niej także rozmaitych uproszczeń, a czasem nawet pewnych akcentów ideologicznych. Pod tym względem bardzo krytyczne uwagi autorów o „standardowej” czy „podręcznikowej” ekonomii wydają się trochę przesadzone i adresowane raczej do amerykańskich uczelni.

Można mieć nadzieję, że większość czytelników podzieli krytyczne opinie autorów o całkowicie wolnym i niekontrolowanym rynku. Książkę tę można odczytać jako formę protestu autorów przeciwko różnym przejawom wyzysku, grabieży i oszustwa, których nie brakuje we współczesnej gospodarce rynkowej. Ich źródłem jest nieustanna pogoń za zyskiem i niepokohamowana żądza bogactwa, będąca siłą napędową systemu kapitalistycznego, ale zarazem źródłem licznych jego problemów. Społeczeństwo musi się bronić przed wynaturzeniami tego systemu. Można się zgodzić z tezą autorów, że pod względem efektywności gospodarowania nie ma lepszego systemu gospodarczego na świecie. Chodzi jednak o to, aby system ten kreował powszechny dobrobyt i był przyjazny dla większości ludzi.

Powyższe refleksje na marginesie lektury tej książki przekazałem również jej autorom w nadziei, że przynajmniej niektóre z tych uwag zostaną uwzględnione w ewentualnych nowych wydaniach tej poczytnej i głośnej książki.

Tłumaczenie tej książki nie było rzeczą łatwą nie tylko ze względu na trudności w tłumaczeniu różnych wyrażen związanych ze słowem „phishing”, lecz także z uwagi na obecność wielu specjalistycznych terminów z różnych dziedzin, ogromną ilość idiomów oraz przerażającą wprost ilość imion własnych z nazwami i akronimami rozmaitych instytucji istniejących w Stanach Zjednoczonych. Osobnym problemem była ogromna liczba i objętość przypisów, które w wydaniu angielskim były zamieszczone na końcu książki, a w wydaniu polskim miały być włączone do tekstu, tzn. podawane na odpowiednich stronach. Zmniejszenie liczby i objętości przypisów (głównie poprzez redukcję zapisu bibliograficznego cytowanych pozycji literatury) wymagało dodatkowo olbrzymiej pracy redakcyjnej, podobnie jak sporządzenie obszernego indeksu rzeczowego oraz pełnego indeksu nazwisk. W rezultacie praca nad tym tłumaczeniem trwała ponad rok, choć była wykonywana z pewnymi przerwami w związku z moimi innymi obowiązkami i zajęciami.

Najważniejszym problemem językowym było nieprzetłumaczalne słowo „phishing”, użyte w tytule książki i powtarzane setki razy w tekście, oraz różne jego

poходne formy. W ujęciu stosowanym przez autorów jest to pojęcie ogromnie pojemne (i *nota bene* nigdzie dokładnie nie zdefiniowane). Słowo *phishing* oraz wyrażenia pochodne były często zastępowane różnymi polskimi określeniami wyrażającymi mniej więcej tę samą treść¹. Jednak w wielu miejscach słowo to zostało pozostawione w oryginalnym brzmieniu, gdyż wydaje się, że intencją autorów było także wprowadzenie tego terminu do języka ekonomicznego lub marketingowego w znaczeniu zaproponowanym w tej książce. W przekładzie polskim stosujemy niekiedy dodatkowe przymiotniki uściślające zakres tego pojęcia w danym kontekście: phishing rynkowy, finansowy, czy polityczny (wyborczy). Uzupełniają one podane przez autorów rozróżnienie dwóch rodzajów phishingu, wyodrębnionych ze względu na przyczynę lub sposób oddziaływania: phishing informacyjny i psychologiczny.

Pomimo zabawnie zmienionej pisowni (*ph* zamiast *f*), termin „phishing” etymologicznie nawiązuje oczywiście do słowa *fishing*, oznaczającego łowienie ryb (wędkarstwo), choć jego znaczenie jest tutaj inne. Sugerowana przez autorów analogia między phishingiem a wędkowaniem jest wątpliwa, gdyż drapieżna reklama i agresywny marketing nastawiony na maksymalny zysk w niczym nie przypomina takich niewinnych zajęć jak wędkarstwo, uprawiane najczęściej dla sportu i relaksu. Różnicę tę uwydatniają również wartościujące określenia używane wymiennie: „manipulacje”, „kombinacje”, „sztuczki”, „oszustwa” itp.

Pojęcie *phishing equilibrium* będzie tłumaczone jako „równowaga phishingu”. Pojęcie to oznacza równowagę rynku przy obecności zjawiska phishingu. W odróżnieniu od równowagi wolnokonkurencyjnej w ujęciu klasycznym (przy doskonałej konkurencji, braku efektów zewnętrznych i pełnej przejrzystości informacyjnej rynku) tego typu równowaga nie zapewnia maksymalizacji dobrobytu konsumentów.

Słowo *phish* używane jest w książce w trzech znaczeniach: a) „rybka” (ofiara phishingu), b) przynęta („wabik”), c) przedmiot oferowany na sprzedaż. W tłumaczeniu starałem się rozróżnić te znaczenia. Słowo *phisher* oznacza zawsze „rybaka” (manipulanta) – najczęściej producenta, sprzedawcę lub marketera oferującego określony produkt. Szczegółowe uwagi na temat sposobu tłumaczenia tych i niektórych innych trudniejszych terminów podane są w przypisach tłumacza.

Pomimo rozległości tematycznej opisywanych przykładów i wielodyscyplinarnego podejścia do ich naświetlania, tłumaczenie różnych specjalistycznych termi-

¹ Długą listę tych określeń zawiera specyfikacja podana w indeksie rzeczowym w hasłach „Manipulacja i oszustwa”, „Phishing” i „Żargon phishingowy”, choć nie jest to bynajmniej lista kompletna. Jeśli chodzi o pierwszą część tytułu książki, to rozważane były różne opcje, ale bez użycia obcego słowa „phishing”.

nów nie sprawiało tym razem większych kłopotów. Bardzo przydatne w tym względzie były moje doświadczenia zdobyte we wcześniejszym tłumaczeniu książki R. Shillera *Finanse a dobrobyt społeczny*. Przy rozszyfrowywaniu znaczenia niektórych akronimów oraz przy sprawdzaniu relacjonowanych faktów i znaczenia powoływanych instytucji bardzo pomocne były, jak zawsze, informacje dostępne w Internecie oraz w różnych wydawnictwach encyklopedycznych. Niektóre terminy z zakresu marketingu, finansów i psychologii konsultowałem ze specjalistami z tych dyscyplin, a w tłumaczeniu terminów medycznych pomagała mi jak zawsze moja żona.

Jak już wspomniałem, szczególnym problemem techniczno-redakcyjnym była konieczność wydatnego zredukowania liczby i objętości przypisów. Oryginał książki zawierał 571 przypisów umieszczonych w aneksie na końcu książki, które zajmowały łącznie 51 stron. Wiele z nich zawierało mało istotne szczegółowe informacje oraz odwołania do cytowanych pozycji literatury z pełnym opisem bibliograficznym (dublującym informację podaną w bibliografii). W przekładzie polskim, w związku z konwencją wydawniczą przyjętą w tej serii, wszystkie przypisy trzeba było umieścić na odpowiednich stronach książki, a nie na jej końcu. Przy tej liczbie i objętości przypisów było to technicznie niemożliwe, zwłaszcza że doszły jeszcze dodatkowe przypisy dopisane przez tłumacza (w liczbie 45). W celu rozwiązania tego problemu skrócono wydatnie zapis bibliograficzny powoływanych publikacji (pełny opis wszystkich cytowanych pozycji literatury zawiera podana na końcu bibliografia). Ponadto wiele odwołań do literatury przeniesiono w skróconym zapisie do tekstu. W ten sposób liczba przypisów została zmniejszona mniej więcej o połowę, a ich objętość także wydatnie zmalała, i to bez jakiegokolwiek straty zawartości informacyjnej. Ten bardzo pracochłonny, lecz konieczny zabieg redakcyjny z pewnością ułatwi lekturę i pozwoli zaoszczędzić sporo czasu potrzebnego na przeczytanie książki, gdyż dzięki temu jej objętość trochę się zmniejszyła.

Polskie wydanie książki zostało opatrzone dodatkowo dość licznymi przypisami tłumacza. Krótkie przypisy umieszczone w nawiasach w tekście pełnią funkcję dopowiedzeń, przypomnień i uściśleń, ułatwiających zrozumienie treści wywodów. Dłuższe przypisy zapisane w formie notek zawierają objaśnienia trudniejszych terminów i sposobu ich tłumaczenia oraz dodatkowe informacje dotyczące omawianych zdarzeń bądź przywoływanych osób i instytucji, a także konieczne sprostowania pewnych ewidentnych błędów rzeczowych, które zdarzają się niestety w większości książek, najczęściej z powodu jakiegoś niedopatrzenia redakcyjnego lub chochlika drukarskiego. (Na przykład, podana na początku rozdziału 7 liczba „dorosłych par na świecie” to z całą pewnością około 2,5 miliarda, a nie 25

kwintylionów, jak czytamy w oryginale książki; kwintylion – w rozumieniu przyjętym w USA – to liczba 1 z osiemnastoma zerami, a nie z dziewięcioma).

Zamieszczona na końcu książki bibliografia, obejmująca wszystkie pozycje literatury cytowane w tekście, została uporządkowana zgodnie z polskimi normami bibliograficznymi oraz uzupełniona informacjami o dostępności polskich przekładów wielu cytowanych książek. Indeks rzeczowy został opracowany całkowicie od nowa i znacznie rozbudowany w porównaniu z oryginałem angielskim; sporządzony został także odrębny i kompletny indeks nazwisk. Całość zamyka wykaz laureatów Nagrody im. Alfreda Nobla z ekonomii. Pragnę zaznaczyć, że większość wymienionych wyżej prac redakcyjnych została wykonana zupełnie dobrowolnie, poza umownym zakresem obowiązków tłumacza. Mam nadzieję, że te uzupełniające prace redakcyjne wpłyną korzystnie na czytelność książki i ułatwią wykorzystanie zawartych w niej informacji.

Pragnę podziękować Autorom, Profesorom G.A. Akerlofowi i R.J. Shillerowi, za cenne uwagi i wyjaśnienia dotyczące podstawowej terminologii używanej w książce oraz sugestie dotyczące jej tytułu. Trzykrotna wymiana między nami dość obfitej korespondencji w tej sprawie przebiegła nadzwyczaj sprawnie i była bardzo pomocna. Cieszy mnie, że obaj Autorzy wykazali duże zainteresowanie polskim wydaniem książki i odnieśli się z uznaniem do mojej troski o dobrą jakość przekładu.

Pani Profesor Elżbiecie Mączyńskiej dziękuję za powierzenie mi tej pracy w imieniu PTE oraz zaakceptowanie moich propozycji w sprawie polskiego tytułu książki i sposobu tłumaczenia podstawowych terminów. Profesorowi Ryszardowi Rapackiemu dziękuję za bardzo ciekawe alternatywne sugestie dotyczące tytułu książki.

Dziękuję również wszystkim osobom, które pomogły mi znaleźć właściwe polskie odpowiedniki niektórych specjalistycznych terminów z dziedziny finansów, marketingu, psychologii i socjologii. Pani Annie Wielickiej-Regulskiej dziękuję za polecenie ciekawej książki D. Kahnemana *Pułapki myślenia* jako dobrego przewodnika do terminologii używanej w ekonomii behawioralnej. Dziękuję także osobom, które na moją prośbę uczestniczyły w techniczno-redakcyjnym przygotowaniu polskiej edycji książki (często bez odrębnego wynagrodzenia); były to jak zwykle następujące osoby: Aleksandra Bardadyn, Magdalena Matkowska, Michał Plewczyński oraz Mariusz Próchniak.

Jak już wspomniałem, praca nad tłumaczeniem tej książki zajęła mi prawie rok. Była to praca żmudna i dosyć nużąca – zarówno w trakcie samego tłumaczenia, jak i zwłaszcza na końcu, przy poprawianiu rękopisu i maszynopisu oraz sporządzaniu indeksów. Najbliższe osoby przebywające wtedy w moim towarzystwie wykazały

wyjątkową wyrozumiałość, tolerancję i cierpliwość, a nawet pomagały mi w różny sposób w pracy. Dotyczy to przede wszystkim mojej żony Lucyny, która ponadto pomogła mi zrozumieć wiele terminów medycznych i psychologicznych występujących w tej książce, ale także naszej córki Joanny oraz wnuczek Julii i Clary, z którymi przebywałem dość długo podczas pracy nad tym przekładem w różnych pięknych miejscach naszego kraju i kontynentu. Jestem im za to naprawdę ogromnie wdzięczny.

Oczywiście, odpowiedzialność za wszelkie niedociągnięcia i usterki przekładu biorę wyłącznie na siebie.

Zbigniew Matkowski

Przedmowa autorów

„Gospodarka, głupcze!” – powiedział James Carville, doradca Billa Clintona w kampanii prezydenckiej 1992 r. Chciał przykleić to hasło do prezydenta George’a H.W. Busha w związku z licznymi problemami ekonomicznymi związanymi z recesją gospodarczą, która rozpoczęła się w okresie jego prezydentury. Możemy jednak nadać tym słowom inną, szerszą interpretację, a mianowicie stwierdzić, że wiele naszych problemów ekonomicznych wynika z samej natury naszego systemu gospodarczego. Jeżeli ludzie biznesu będą zachowywać się całkiem egoistycznie, mając na względzie jedynie własne interesy – tak jak to zakłada teoria ekonomii – to system wolnorynkowy nieuchronnie będzie generował rozliczne próby manipulacji i oszustwa. Problem nie polega na tym, że w naszym otoczeniu jest wielu złoczyńców. Większość naszych obywateli respektuje reguły gry w swoich dążeniach do zapewnienia sobie godziwych warunków życia. Ale ostra konkurencja popycha przedsiębiorców w kierunku stosowania chwytów marketingowych niekoniecznie uczciwych. Rozliczne próby manipulacji w celu wyłudzenia naszych pieniędzy, a nawet przejawy zwykłych oszustw – nieuniknione na wolnym rynku – skłaniają nas do nabywania wielu produktów, których w istocie rzeczy w ogóle nie potrzebujemy, a nawet przepłacania za nie, i do podejmowania się prac i zajęć mało sensownych i nie dających satysfakcji. A w końcu dochodzimy do wniosku, że życie ułożyło się nam nie tak, jak trzeba.

Książkę tę napisaliśmy jako zwolennicy systemu wolnorynkowego, którzy pragną dopomóc ludziom znaleźć właściwe miejsce w tym systemie. Dobrze wiemy, że system ten obfituje w rozmaite kombinacje i sztuczki. Musimy nauczyć się, jak poruszać się w tym skomplikowanym systemie (nie wolnym od rozmaitych przekrętów i oszustw), aby zachować swą godność i uczciwość. Potrzebujemy też pewnej zachęty do tego, aby żyć i działać w tym zwariowanym świecie. Książkę tę dedykujemy konsumentom, którzy muszą uważać na różne sztuczki marketingowe stosowane wobec nich. Dedykujemy ją także uczciwym przedsiębiorcom, również przerażonym niekiedy poziomem cynizmu panującego w sferze biznesu i często zmuszonych do podejmowania niegodnych działań. Adresujemy ją również do urzędników państwowych wykonujących niezbyt wdzięczne czynności z zakresu kontroli i regulacji rynku, a także do szerokiej rzeszy wolontariuszy, filantropów i dziennikarzy działających na rzecz umacniania praworządności i zacieśniania więzi społecznych. Kierujemy ją wreszcie do ludzi młodych, zastanawiających się dopiero nad wyborem przyszłego zawodu, który mógłby dać im pełną satysfakcję i szansę samorealizacji. Wszyscy ci czytelnicy powinni zapoznać się z koncepcją

„równowagi phishingu” (*phishing equilibrium*)² opisaną w tej książce, która pokazuje, że siły rynkowe prowadzą nieuchronnie do pojawienia się manipulacji i oszustw w systemie gospodarczym, o ile nie podejmiemy zdecydowanych kroków zmierzających do zapobiegania tym zjawiskom. Chcemy również przedstawić sylwetki szlachetnych ludzi, którzy kierując się własnym sumieniem (a nie chęcią zysku) zdołali ograniczyć zakres tego typu praktyk w naszej gospodarce do poziomu dającego się jeszcze tolerować. Pokażemy wiele takich przykładów.

Produkty wolnego rynku

Pod koniec XIX wieku pojawiło się na świecie wiele nowych wynalazków: pierwsze samochody, rowery, telefon, światło elektryczne. Mniej uwagi poświęcono innemu ważnemu wynalazkowi, który powstał w tym samym czasie: automatom do gry. Początkowo pojęcie „automat” (*slot machine*) stosowane było w całkiem innym znaczeniu niż dzisiaj. Oznaczało ono aparat służący do sprzedaży różnych drobnych produktów; wystarczyło wrzucić do otworu monetę i wyjąć z pojemnika wybrany produkt. W takich automatach można było kupić różne drobiazgi: słodycze, gumę do żucia, cygara lub papierosy, lornetkę teatralną, a nawet zajrzeć do prekursora współczesnej książki telefonicznej. Podstawą tego wynalazku był zamek uruchamiany przez wrzuconą monetę.

Ale wkrótce pokazało się nowe zastosowanie tego wynalazku. Nie upłynęło bowiem wiele czasu, a pojawiły się również automaty do gry. Jedna z gazet wskazuje na ich istnienie już w 1893 r.³ Jeden z takich pierwszych automatów do gier hazardowych nagradzał zwycięzców cukierkami z nadzieniem owocowym, a nie premią pieniężną. Wkrótce pojawił się związany z tym znany symbol: trzy wisienki.

Niedługo później pojawił się nowy rodzaj uzależnienia: nałogowe przywiązanie do hazardowej gry na automatach. W 1899 r. dziennik „Los Angeles Times” podawał: „Niemał w każdej knajpie stoi teraz co najmniej jedna, a nawet kilka maszyn do gry, otoczonych od świtu do nocy tłumem graczy. (...) Gdy nawyk ten wejdzie w krew, staje się swego rodzaju manią. Niektórzy młodzieńcy stoją przy tych maszynach godzinami, mimo że ostatecznie każdy z nich i tak przegrywa”⁴.

W końcu obszar ten musiał zostać objęty kontrolą państwa. Gry hazardowe na automatach doprowadziły do ruiny tak wielu ludzi, że biznes ten musiał zostać

² Objaśnienie znaczenia tego terminu oraz sposobu jego tłumaczenia podaję w przypisie 4 do „Wprowadzenia” (*przyj. tłum.*).

³ *A Nickel in the Slot*, “Washington Post”, 25.03.1894, s. 20.

⁴ *A Crying Evil*, „Los Angeles Times”, 24.02.1899, s. 8.

zakazany, a przynajmniej znacznie ograniczony, podobnie jak inne rodzaje hazardu. Automaty do gier losowych znikły niemal bez śladu z przestrzeni publicznej, zepchnięte do specjalnych lokali zwanych kasynami. Jedynie w stanie Nevada, gdzie rynek jest mniej regulowany, można wciąż spotkać wiele automatów do gry w supermarketach, na stacjach benzynowych i dworcach lotniczych. Przeciętny dorosły mieszkaniec tego stanu wydaje na gry hazardowe 4% swego dochodu, co jest wskaźnikiem dziewięciokrotnie wyższym od średniej dla USA (Malamud 2006, s. 1). Ale nawet tam istnieją pewne ograniczenia: w 2010 r. stanowe organa kontroli hazardu odrzuciły propozycję, aby w automatach do rozmienniania banknotów zainstalowanych w sklepach spożywczych można było również uzyskać kredyt⁵.

Wraz z postępami komputeryzacji automaty do gier losowych weszły w nowy etap rozwoju. Zgodnie z trafnym tytułem książki Natashy Schüll⁶, komputerowe automaty do gry wciągają człowieka w uzależnienie samą swą konstrukcją. Dziewczyna o imieniu Mollie, którą autorka poznała na spotkaniu grupy „Anonimowych Hazardzistów” w Las Vegas, pokazuje ludzką twarz tego uzależnienia. Dziewczyna ta narysowała szkic ilustrujący, jak postrzega siebie samą. Rysunek ten ukazuje ją jako samotną figurkę stojącą przed automatem do gry, jakby uwięzioną w niewielkim poletku otoczonym pętlą drogi. Droga ta łączy sześć najważniejszych miejsc, gdzie toczy się jej życie: hotel MGM Grand, w którym pracuje ona przy rezerwacji; trzy miejsca, w których gra na automatach (sklepek na stacji benzynowej, rzadziej supermarket i, co najważniejsze, kasyno Palace Station); klub „Anonimowych Hazardzistów”, gdzie próbuje wyleczyć się z uzależnienia; i wreszcie miejsce, gdzie kupuje lekarstwo pozwalające przezwyciężyć stany lękowe. Mollie jest w pełni świadoma swego problemu. Nie chodzi przecież do automatów po to, aby wygrać⁷. Dobrze wie, że straci. Idzie tam bezwiednie, popychana przez przymus wewnętrzny. A gdy już stanie przed automatem, zaczyna się to samotne szaleństwo – zabawa ciągła, choć krótka. Jak sama mówi, „wchodzi w

⁵ R.N. Velotta, *Gaming Commission Rejects Slot Machines at Cash Registers*, „Las Vegas Sun”, 18.03.2010. Senator Harry Reid, jako przewodniczący komisji hazardowej stanu Nevada, zasłynął ze swego oporu wobec nacisków mafii. Film „Kasyno” jest uważany za ilustrację oporu Reida wobec działań Franka Rosenthala (zob. *Harry Reid*, „Wikipedia”, dostęp: 1.12.2014).

⁶ N.D. Schüll, *Addiction by Design: Machine Gambling in Las Vegas*, 2012.

⁷ Mollie powiedziała autorce: „Ja nie gram dla wygranej; gram, żeby grać. Jak stanę przed automatem, to zapominam o świecie – nic innego mnie wtedy nie interesuje”. Dziękujemy p. Nataszy Schüll za rozmowę telefoniczną w dniu 13 lutego 2014 r., w której opisała nam bliżej osobowość Mollie i jej zachowania.

strefę”. Naciska czerwony guzik, zapalają się światełka i pojawia się wynik: wygrana lub przegrana. Naciska guzik ponownie. I jeszcze raz. Jeszcze, jeszcze i jeszcze – tak długo, aż skończą się wszystkie monety przygotowane w portmonetce.

Mollie nie jest bynajmniej jakimś wyjątkiem w Las Vegas. Dziesięć lat temu wielkim problemem w kasynach gry były zawały spowodowane wstrzymaniem akcji serca. Karetki pogotowia często nie nadążały w porę. W końcu same kasyna utworzyły własne, odpowiednio przeszkolone zespoły defibrylacyjne. Filmik nakręcony przez kamerę monitorującą nie pozostawia wątpliwości co do tego, że było to konieczne. Na tym video widzimy, jak ekipa ratunkowa reanimuje jednego z graczy, podczas gdy pozostali aktorzy grają dalej jak w transie, nie zwracając w ogóle uwagi na to, że ofiara leży dosłownie u ich stóp⁸.

Co daje nam rynek?

Historia blasków i cieni automatów samoobsługowych dobrze ilustruje nasze rozdwojone spojrzenie na gospodarkę rynkową. Ogólnie biorąc, jesteśmy zwolennikami systemu rynkowego. Wolny rynek to efekt pokoju i wolności; wymiana rynkowa rozkwita w czasach stabilnych, kiedy ludzie są wolni od strachu. Ale ten sam motyw zysku, który dał nam dobre automaty do sprzedaży napojów czy innych produktów, doprowadził również do powstania złych automatów, wciągających ludzi do bezsensownej gry, której jedynym celem jest napędzanie pieniędzy właścicielowi tych urządzeń. Niemal cała ta książka jest opowieścią o takich szkodliwych wynalazkach, a nie rzeczach rzeczywiście potrzebnych. Dążąc do naprawy myślenia ekonomicznego i naszej gospodarki, chcielibyśmy zmienić w niej nie to, co uważamy za dobre, lecz to, co uznajemy za szkodliwe i złe. Ale zanim rozpoczniemy na dobre nasze rozważania, zastanówmy się nad tym, co daje nam rynek.

Aby odpowiedzieć na to pytanie, warto spojrzeć na to z perspektywy długookresowej, cofając się do przełomu XIX i XX wieku, a nawet wcześniej. W grudniu 1900 r. na łamach magazynu „The Ladies Home Journal” niejaki John Elfreth Watkins Jr., z zawodu inżynier lądowy, zabrał głos w dyskusji nad tym, jak będzie wyglądał świat za sto lat. Przepowiadał on, że będziemy mieli wówczas „gorące i zimne powietrze czerpane z kranów”. Będziemy mieć szybkie statki pasażerskie,

⁸ Autorka tak opisuje tę scenę: „Chociaż ten mężczyzna leżał dosłownie u ich stóp, pomiędzy fotelikami, na których siedzieli, pozostali gracze kontynuowali grę” (tamże, s.33).

pozwalające dotrzeć do Anglii w ciągu dwóch dni. Będą także „statki powietrzne”, używane głównie do celów wojskowych, ale niekiedy również do przewożenia pasażerów i różnych ładunków. Spektakle operowe będzie można wysłuchać we własnym domu za pomocą telefonu, a dźwięk odbierany tą drogą będzie równie czysty i melodyjny, jak słyszany na miejscu w sali operowej⁹. Podobnie obiecująco brzmiały inne ówczesne prognozy. Watkins pisał, że jego prognozy mogą wydawać się dziwne, a nawet niemożliwe do urzeczywistnienia. Okazuje się jednak, że wolny rynek, który zachęca producentów do wytwarzania tego, czego ludzie potrzebują i co może być zyskowne, doprowadził właściwie do spełnienia tych i wielu innych z pozoru nieprawdopodobnych prognoz.

Jednakże wolny rynek nie jest jedynie rogiem obfitości, z którego możemy czerpać to, czego pragniemy. System rynkowy zapewnia również równowagę gospodarczą, która sprzyja powstawaniu przedsiębiorstw manipulujących gustami konsumentów i zakłócających naszą zdolność oceny i prawidłowego wyboru tego, co kupujemy. Takie firmy prowadzą działalność pasożytniczą i niszczyielską, na podobieństwo komórek rakowych zdomowionych w organizmie skądinąd zdrowego człowieka. Automaty do gier hazardowych są najlepszym przykładem. Nie jest przypadkiem, że zanim cały ten biznes objęty został regulacją bądź został zakazany, gry hazardowe na automatach były zjawiskiem tak powszechnym, że wydawało się, iż ludzie nie mogą się bez nich obejść. Ponieważ naszą słabością jest to, że nie wiemy dokładnie, czego naprawdę potrzebujemy, i ponieważ słabość tę można celowo generować, podtrzymywać i wzmacniać, producenci skwapliwie wykorzystują każdą okazję do tego, aby nabrać nas na zakup czegoś nowego, z myślą o swoim zysku. Namierzą nas, dopadną i wykorzystają. Złowią nas jak bezradną rybkę.

Objaśnienie tytułu książki i związanych z tym terminów¹⁰

Słowo „*phish*” – zgodnie z objaśnieniem podanym w *Oxford English Dictionary* – zostało ukute w 1996 r., kiedy tworzona była sieć internetowa. Słownik ten definiuje to to pojęcie jako „popelnianie oszustwa w Internecie w celu uzyskania oso-

⁹ J.E. Watkins Jr. (1990, s. 8). Zob. też: *Predictions of the Year 2000...* (dostęp: 1.12.2014).

¹⁰ Angielski tytuł książki to: *Phishing for Phools. Economics of Manipulation and Deception*. W uzgodnieniu z wydawcą i po konsultacji z autorami tytuł przyjęty ostatecznie w polskim tłumaczeniu brzmi: *Złović frajera. Ekonomia manipulacji i oszustwa*. Objasnienie znaczenia i sposobu tłumaczenia poszczególnych terminów związanych z tytułem książki i opisywanym w niej zjawiskiem „*phishingu*” zawiera przypis 11 poniżej oraz dopowiedzenia tłumacza podane w tekście (*przyp. tłum.*).

bistych informacji od poszczególnych osób (np. poprzez podawanie się za przedstawiciela znanej firmy) lub systematyczne wyłudzenie bądź przechwytywanie takich informacji¹¹. W tym miejscu chcemy nadać temu słowu nowe, szersze znaczenie. Definicję odnoszącą się do oszustw komputerowych polegających na wyłudzeniu informacji (lub pieniędzy – *przyp. tłum.*) traktujemy jako metaforę. Przyjmujemy znacznie szerszą definicję tego pojęcia, sięgającą zarazem dużo dalej wstecz. W tym ogólniejszym rozumieniu *phishing*¹² to niekoniecznie działalność nielegalna. Istotą tego pojęcia jest łowienie naiwnych klientów – nakłanianie ludzi do czegoś, co jest w interesie „rybaka”, a nie w interesie „rybki”. Jest to opowieść

¹¹ Hasło *phish*, Oxford English Dictionary (dostęp: 29.10.2014).

¹² Pomimo zabawnie zmienionej pisowni (*'ph'* zamiast *'f'*), termin *phishing*, przejęty z języka internetowego, etymologicznie nawiązuje do słowa *fishing*, oznaczającego łowienie ryb (wędkarstwo). Znaczenie tego terminu w tej książce jest jednak inne niż w języku internetowym: tutaj nie chodzi o wyłudzenie danych osobowych, lecz o nakłanianie ludzi do podejmowania decyzji niezgodnych z ich własnym interesem – przede wszystkim w sferze rynkowej (zakup dóbr i usług konsumpcyjnych, inwestycje finansowe), ale także w sferze polityki (wybory). W odniesieniu do decyzji rynkowych chodzi tu po prostu o wciskanie ludziom produktów niekoniecznie dla nich dobrych i potrzebnych, a czasami wręcz szkodliwych, często po wygórowanych cenach. Narzędziem używanym do tego celu jest cały arsenał metod i środków marketingu, a w szczególności reklama i perswazja, która pozwala kształtować gusty nabywców i aktywnie wpływać na podejmowane przez nich decyzje kupna. Pod tym względem analogia do spokojnego wędkowania – gdzieś nad rzeką, jeziorem czy morzem – jest wątpliwa. Drapieżna reklama i agresywny marketing nastawiony na maksymalny zysk w niczym nie przypomina takich zajęć jak wędkarstwo, uprawianych najczęściej dla sportu i relaksu. Różnicę tę uwydatniają również wartościujące określenia zawarte w podtytule książki: „manipulacja i oszustwo”.

Nieprzetłumaczalne słowo „*phishing*”, wielokrotnie powtarzane w tekście książki, w przekładzie polskim zostało niekiedy zastąpione różnymi określeniami wyrażającymi tę samą treść, której istotą w rozważanym kontekście rynkowym jest najczęściej naciąganie ludzi do zakupu rzeczy zbytecznych lub nawet szkodliwych, często po wygórowanych cenach. Jednak w wielu miejscach pozostawiam to pojęcie w oryginalnym brzmieniu (np. w określeniu „równowaga *phishingu*”), gdyż wydaje się, iż zamiarem autorów było również wprowadzenie tego terminu do języka ekonomicznego czy marketingowego w znaczeniu stosowanym w tej książce. Opisywane zjawisko *phishingu* ilustrowane jest przykładami odnoszącymi się do trzech sfer: rynek dóbr i usług konsumpcyjnych, inwestycje finansowe i życie polityczne (wybory). W związku z tym w przekładzie polskim stosujemy niekiedy przymiotniki uściślające zakres analizowanego zjawiska: *phishing* rynkowy, *phishing* finansowy, *phishing* wyborczy (które uzupełniają podane przez autorów rozróżnienie dwóch rodzajów *phishingu* wyodrębnionych ze względu na przyczynę lub sposób oddziaływania: *phishing* informacyjny i *phishing* psychologiczny).

Słowo *phish* używane jest w książce w trzech znaczeniach: a) „rybka” (ofiara *phishingu*); b) przedmiot oferowany na sprzedaż; c) przynęta (wabik). W polskim przekładzie staraliśmy się rozróżnić te znaczenia. Słowo *phisher* oznacza zawsze „rybaka” – najczęściej producenta, sprzedawcę lub marketera oferującego określony produkt. (*Przyp. tłum.*).

o łowieniu klientów, które jako żywo przypomina wędkowanie: wystarczy wrzucić do wody haczyk z jakąś sztuczną przynętą (wabikiem), usiąść sobie spokojnie na brzegu czy na łódce i czekać, aż nadpłynie ostrożna z natury rybka i popełni fatalny błąd, połykając haczyk; wtedy szybko podrywamy wędkę do góry i rybka jest już nasza. Na rynku kręci się mnóstwo takich „rybaków” i są oni nadzwyczaj pomysłowi w doborze rozmaitych przynęt. Toteż, zgodnie z rachunkiem prawdopodobieństwa, każdy i każda z nas daje się w końcu na coś nabrać i złapać – bez względu na to, jak bardzo jesteśmy nieufni i ostrożni. Nie ma pod tym względem żadnego wyjątku.

Zgodnie z naszą definicją, *phool* (pokrętny zapis słowa *fool*, oznaczającego durnia, głupca, frajera, nawiązujący żartobliwą pisownią do określenia *phish* jako osobliwej mutacji słowa *fish*, oznaczającego rybę – *przyp. tłum.*) to osoba, która z jakichś powodów daje się skutecznie złowić (producentom, sprzedawcom i marketerom oferującym określony produkt czy usługę – *przyp. tłum.*). Są dwa rodzaje takich ofiar: ci, którzy dali się zwabić z powodów psychologicznych (naiwność, łatwowierność – *przyp. tłum.*), oraz ci, którzy ulegli z przyczyn informacyjnych (niekompetencja, brak wiedzy, dezinformacja – *przyp. tłum.*).

Ofiary psychologiczne dzielą się na dwie kategorie. Pierwszy przypadek obejmuje osoby, u których rozbudzone emocje biorą górę nad zdrowym rozsądkiem. Drugi przypadek dotyczy sytuacji, w których błędne postrzeganie jakiegoś przedmiotu (coś w rodzaju złudzenia optycznego¹³ powoduje błędną ocenę rzeczywistości i oparte na niej niewłaściwe działanie. Wspomniana Mollie jest przykładem ofiary emocjonalnej, a nie poznawczej; zdaje ona sobie sprawę ze swego uzależnienia od gier hazardowych, ale nie jest w stanie wyzwolić się od tego.

Ofiary informacyjne to osoby podejmujące niekorzystne dla siebie decyzje na skutek mylnych informacji, celowo tak spreparowanych, aby wprowadzić ludzi w błąd. Przykładem mogą być inwestorzy, którzy kupowali masowo akcje firmy Enron, której fantastyczny wzrost opierał się na mylącej (a później wręcz sfałszowanej) rachunkowości. Wyjątkowo wysokie zyski tego koncernu naftowego wynikały z przyjętego sposobu liczenia, przy którym już w momencie podejmowania inwestycji księgowano oczekiwane z niej przyszłe zyski (Eichenwald 2005; McLean i Elkind 2003). W latach 1995-2000 magazyn „Fortune” corocznie ogłaszał zwycięstwo Enronu w konkursie na najbardziej innowacyjną spółkę w USA

¹³ Wcześniejsze badania Daniela Kahnemana i Amosa Tversky’ego nieprzypadkowo dotyczyły zjawiska iluzji optycznej. W rozmowie z G.A. Akerlofem (przeprowadzonej około 25 lat temu) Kahneman powiedział, że zakłócenia sposobu myślenia leżące u podstaw ekonomii behawioralnej można traktować jako przejaw „iluzji optycznej”.

(McLean i Elkind 2006). Wybór był trafny – szkoda tylko, że wydawcy tego magazynu nie podawali, jaki charakter miały te innowacje.

To, czy biznesmeni mają wysokie czy niskie morale, nie jest przedmiotem tej książki, chociaż czasami widzimy obie te odsłony. Natomiast podstawowym problemem jest presja konkurencji rynkowej skłaniająca wielu przedsiębiorców do nieuczciwych działań. Rynek wolnokonkurencyjny wysoko nagradza liderów biznesu wprowadzających nowe produkty, na które jest duży popyt. Niestety, nieuregulowany wolny rynek rzadko premiuje inny rodzaj zasług, a mianowicie świadome powstrzymanie się od wykorzystywania słabości psychologicznej i informacyjnej klientów. Z uwagi na nacisk konkurencji menedżerowie unikający nieuczciwych działań są zastępowani przez innych, którzy mają mniej skrupułów moralnych. Społeczeństwo obywatelskie i obowiązujące w nim normy społeczne nakładają pewne hamulce na takie postępowanie, ale ostatecznie w stanie równowagi kształtującym się na rynku, ilekroć powstaje okazja do zwiększenia obrotów i zysków, nawet firmy kierowane przez naprawdę uczciwych menedżerów muszą zwykle uciekać się do różnych nieuczciwych chwytów marketingowych, aby stawić czoła konkurencji i przetrwać.

Skąd my to wiemy?

Z pewnością książka ta nie znajdzie uznania wśród tych czytelników, którzy uważają, że ludzie zawsze podejmują decyzje najlepsze dla siebie. Kim są ci autorzy – zapytają oni – którzy ośmielają się zaprzeczać tezie, że poszczególne osoby są *zawsze i nieodmiennie* najlepszymi arbitrami w decyzjach dotyczących ich samych? Podobnie jak to jest w znacznej części teorii ekonomii, argument ten jest sensowny w rozumowaniu abstrakcyjnym. Ale rozpatrując tę kwestię w odniesieniu do konkretnych decyzji podejmowanych przez poszczególne osoby w rzeczywistości (tak jak to czynimy w tej książce), dochodzimy do wniosku, że ludzie często dają się wystrychnąć na dudka i nierzadko podejmują decyzje konsumpcyjne, które przy krzytynie zdrowego rozsądku należałoby uznać za nierozważne i niekorzystne dla nich samych.

Nie trzeba wiele wysiłku, aby przekonać się, że ludzie rzeczywiście podejmują wiele decyzji niezgodnych z własnym interesem. Przykłady znaleźć można na każdym kroku. Henry David Thoreau zauważył kiedyś, że „mnóstwo ludzi żyje pogrążonych w cichej rozpacz” (Thoreau 1910, s. 8). Chociaż od tego czasu minęło półtora wieku, w Stanach Zjednoczonych, będących jednym z najbogatszych krajów świata, zbyt wielu ludzi żyje nadal w niepokoju i ciągłej rozterce. Wystarczy przypomnieć problem, z którym boryka się biedna Mollie w Las Vegas.

Czego nikt z nas nie pragnie?

Wyodrębnimy cztery szerokie obszary problemowe ukazujące to, czego nikt z nas z pewnością nie pragnie – w zakresie osobistego bezpieczeństwa finansowego, stabilności gospodarki, stanu zdrowia oraz jakości rządów. W każdym z tych czterech obszarów można wskazać zjawiska określane tutaj mianem phishingu, które mają istotny wpływ na nasze życie.

Bezpieczeństwo finansowe. Jest to podstawowy problem ekonomiczny – niestety, zupełnie pomijany w podręcznikach ekonomii. Tymczasem większość ludzi, nawet w krajach zamożnych, kładzie się spać co wieczór z myślą o tym, jak związać koniec z końcem i pospłacać zaległe rachunki. Ekonomisci zakładają, że ludzie dostosowują swe wydatki do swojego budżetu. Zapominają jednak o tym, że nawet jeśli zachowujemy stale dużą ostrożność w naszych wydatkach, wystarczy jeden moment, gdy zapomnimy o tej zasadzie i zadziałamy tak, jakby pieniądze nie miały dla nas żadnego znaczenia, a cała nasza dotychczasowa wstrzeźliwość i roztropność może zostać zniweczona. A firmy oferujące rozmaite dobra i usługi tylko czyhają na taki właśnie moment. Skwapliwie wykorzystują każdą okazję, kiedy pewne szczególne okoliczności – jak miłość, święta czy inne wydarzenia – osłabiają naszą ostrożność i czujność w wydawaniu pieniędzy. Dla jednych mogą to być coroczne zakupy prezentów pod choinkę, dla innych różne uroczystości i obrzędy – takie jak śluby, pogrzeby, czy urodziny. W przypadku ślubu organizator wesela będzie zapewniał solennie młodą parę, że „przeciętne wesele” w Ameryce kosztuje prawie tyle co półroczna wartość PKB *per capita*¹⁴. W przypadku pogrzebu troskliwy przedstawiciel domu pogrzebowego pokaże nam różne trumny, co umożliwi wybór, lecz będzie szczególnie polecał pewien model z bogatymi ornamentami i odpowiednio wysoką ceną (por. Mitford 1998). W przypadku oczekiwanych urodzeń dziecka otrzymamy propozycję ustanowienia „osobistego doradcy”, który zadba o to, aby przypomnieć nam we właściwym czasie, co jest potrzebne dla naszego dziecka¹⁵.

¹⁴ Condé Nast prowadzi coroczne badania przyjęć weselnych, które ujawniają, jaki jest przeciętny koszt wesela w USA. W 2006 r. wynosił on 27 852 \$, co stanowiło 60% PKB *per capita* (Mead 2007). Od czasów ostatniego kryzysu odsetek ten wykazuje pewien spadek. Według najnowszego szacunku przeciętny koszt wesela w 2014 r. wynosił ponad 28 000 \$, co stanowiło około 51% PKB *per capita* (BRIDGES Reveals Trends of Engaged American Couples with American Wedding Study; dostęp: 1.12.2014).

¹⁵ „Od pierwszego spotkania aż do momentu urodzin dziecka nasz osobisty doradca udzieli Państwu indywidualnych rad dotyczących wszystkich rzeczy niezbędnych dla dziecka” (Babies „R” Us, *Baby Registry: Personal Registry Advisor*; dostęp: 20.03.2015).

Ale różne uroczystości czy obrzędy to nie jedyne okazje, przy których nie wypada liczyć się z posiadany portfelem. Nie jest więc przypadkiem, że nawet w kraju tak bogatym jak Stany Zjednoczone większość ludzi kładzie się spać z niepokojem o czekających na opłacenie rachunkach. Producenci są bardzo pomysłowi w zaspokajaniu naszych rzeczywistych potrzeb, ale nie mniej natarczywi w zachęcaniu nas do kupna każdej nowej rzeczy, którą wytworzą. Rezultatem jest właśnie taka sytuacja, że większość ludzi musi się ciągle martwić, jak zapłacić wszystkie nadchodzące rachunki, choć bardzo tego nie lubimy¹⁶.

Jedną z przyczyn naszych lęków jest zwykle zdzierstwo¹⁷. Szczególnie narażeni jesteśmy na przepłacanie, gdy wychodzimy ze strefy rutynowych, codziennych zakupów i dokonujemy jakiejś większej transakcji. W około 30% transakcji zakupu domów mieszkalnych przez nowych nabywców same koszty transakcyjne ponoszone przez sprzedawców i nabywców wynoszą ponad połowę sumy wpłacanej z góry przez nabywcę¹⁸. Sprzedawcy samochodów – jak zobaczymy w rozdziale 4 – wypracowali własne, skomplikowane metody namawiania klientów do zakupu jak największej ilości dodatkowych elementów wyposażenia, które w gruncie rzeczy wcale nie są potrzebne, co także oznacza, że ostatecznie przepłacamy kupując nowy samochód. Nikt oczywiście nie chce płacić więcej niż trzeba. Jednak często przepłacamy naprawdę solidnie, nawet w starannie przemyślanych i dobrze przygotowanych dużych transakcjach.

¹⁶ Lęk o czekające na zapłatę rachunki jest również widoczny w corocznym badaniu stresu, prowadzonym pod auspicjami Amerykańskiego Towarzystwa Psychologicznego. Stres dotyczący braku pieniędzy jest wymieniany w tej ankiecie na pierwszym miejscu. Raport z ostatniego badania stwierdza, że stres dotyczący spraw pieniężnych i finansowych wywiera duży wpływ na życie Amerykanów. Prawie ¾ (72%) dorosłych respondentów przyznaje, że przynajmniej czasami martwi się o pieniądze, a prawie ¼ (22%) ocenia związany z tym stres jako bardzo wysoki (8-10 pkt. w skali 10-punktowej). Niekiedy ludzie odkładają nawet bieżące potrzeby zdrowotne z powodu trudności finansowych. Ponadto stres dotyczący pracy zawodowej, który także może odnosić się do spraw finansowych, wymieniany jest na drugim miejscu (American Psychological Association, *Stress in America...*, 2015; dostęp: 29.03.2015).

¹⁷ Używamy tu określenia „zdzierstwo” (*rip-off*) w tym znaczeniu, że ludzie płacą często wygórowane ceny za nabywane dobra i usługi. Nie mówimy tu o transakcjach nielegalnych. „Wikipedia” definiuje to pojęcie jako złą transakcję finansową, w której dana osoba przepłaca za coś (*Ripoff*, „Wikipedia”; dostęp: 13.11.2014).

¹⁸ Według istniejących szacunków relacja wartości kredytu do wartości nabywanego mieszkania w USA pod koniec lat 1990. i na początku lat 2000., przed boorem na rynku mieszkaniowym, była niższa od 80% tylko dla 40% transakcji kupna domu wspieranych przez Fannie Mae. Zakładając, że koszty transakcyjne wynoszą około 10% ceny sprzedaży, oznacza to, iż w 60% transakcji kupna domu koszty te stanowiły co najmniej połowę kwoty wpłacanej z góry przez nabywcę (zob. Bokhari et al., 2013; dostęp: 12.05.2015).

Rynki finansowe i gospodarka. Naciąganie klientów na kupno ryzykownych instrumentów finansowych to główna przyczyna kryzysów finansowych, które skutkują głębokimi recesjami. Jeżeli chodzi o kryzysy finansowe, to słynne powiedzenie „tym razem jest inaczej” jest zarazem prawdziwe i fałszywe (zob. Reinhardt i Rogoff 2009). Na przykład, w latach 1920. mieliśmy załamanie imperium finansowego stworzonego przez szwedzkiego „króla zapalek” Ivara Kreugera, w latach 1990. bankę internetową, a w pierwszej dekadzie obecnego wieku wielką bankę na rynku kredytów hipotecznych (Angelo Mozilo z firmy Countrywide). Oczywiście, każdy z tych przypadków był inny – zmieniali się przedsiębiorcy i oferowane przez nich produkty. Ale za każdym razem było to samo: na rynku zawsze występowali przemyślni rybacy i naiwne rybki. A kiedy nagromadzony zapas śmieciowych papierów – „*the bezzles*” według określenia Johna Kennetha Galbraitha (Galbraith 1988) – zostanie ujawniony, następuje załamanie cen akcji i indeksów giełdowych. Inwestorzy, którzy kupili pakiety papierów dłużnych opartych na marnych kredytach hipotecznych podczas hossy poprzedzającej załamanie w 2008 r., prawdopodobnie wcale ich nie potrzebowali. A potem, gdy oszustwo wyszło na jaw, pojawiły się bolesne efekty: spadek zaufania w całej gospodarce, ogromny spadek cen akcji, spadek zatrudnienia i wzrost bezrobocia. Bezrobocie długookresowe osiągnęło poziom nienotowany od czasów Wielkiego Kryzysu.

Zdrowie. Nawet w odniesieniu do zdrowia, które jest chyba najważniejsze dla tych z nas, którzy mają co jeść, mają w co się ubrać i mają dach nad głową, dostawcy leków oszukują nas. W latach 1880. niejaki Daniel Pinkham, będąc w Nowym Jorku zauważył, że kobiety bardzo przejmują się swymi dolegliwościami nerkowymi. Polecił natychmiast, aby te dolegliwości dopisać do listy schorzeń, dla których wytwarzane przez niego pigułki są skutecznym lekiem (Young 1961, s.248). Wiele kobiet uwierzyło w to zalecenie. Dzisiejsze koncerny farmaceutyczne nie mogą już dopisywać dowolnej choroby do wytwarzanego leku. W Stanach Zjednoczonych każdy lek musi przejść podwójny egzamin. Najpierw musi uzyskać aprobatę państwowego organu kontrolnego (Food and Drug Administration), co wymaga przeprowadzenia nadzorowanych testów, a następnie musi uzyskać aprobatę lekarzy wypisujących recepty. Ale firmy te miały ponad sto lat, by nauczyć się pokonywania tych barier. Niektóre medykamenty, skutecznie pokonujące obydwie bariery, dają w praktyce mizerny pożytek. Co gorsza, zdarzają się też takie leki dopuszczone do obrotu, które są wyraźnie szkodliwe (np. antyzapalny preparat Vioxx czy terapia hormonalna). Szacuje się, że w ciągu pięciu lat swojej kariery, w latach 1999-2004, Vioxx spowodował 26 000 – 25 000 śmiertelnych zawałów w

USA¹⁹, a brak ostrzeżenia kobiet ze strony producentów i lekarzy przed ryzykowną terapią związaną z wymianą hormonów doprowadził szacunkowo do 94 000 przypadków raka piersi²⁰. Nikt z nas nie potrzebuje takich leków.

Szkodliwe efekty zdrowotne powodują nie tylko niewłaściwe leki, lecz także niewłaściwy sposób odżywiania się. Około 69% dorosłych Amerykanów ma nadwagę, a ponad połowa z tego (36%) cierpi na otyłość²¹. Badanie przeprowadzone na szerokiej próbie obejmującej ponad 120 000 osób (Mozaffarian et al., 2011) daje dokładny obraz tego problemu. Badane osoby, głównie wykwalifikowane pielęgniarki, wypełniały co cztery lata w okresie od końca lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku do roku 2006 ankietę dotyczącą procesu tycia oraz jego przyczyn. Średni przyrost wagi ciała pacjenta w ciągu czterech lat wynosił 3,35 funtów (tzn. 1,52 kg), co przekłada się na 16,75 funtów (7,60 kg) w skali 20 lat. Analiza statystyczna wiąże ten przyrost wagi w 50% ze spożywaniem chipsów ziemniaczanych, w 38% z jedzeniem samych ziemniaków (głównie w postaci frytek) i w 30% z piciem słodkich napojów²². Mówiąc w przenośni, badane pielęgniarki po prostu nie potrafią przerwać ciągłego podjadania chipsów (sól i tłuszcz), frytek (tłuszcz i sól) i popijania coca-coli (cukier). Robią to przy tym całkiem dobrowolnie. Zjawisko to

¹⁹ Zob. zeznanie Davida Grahama przed senacką komisją ds. finansów (Graham 2004). Podczas składania tego zeznania Graham był zastępcą dyrektora ds. nauki i medycyny Biura Bezpieczeństwa w Agencji Żywności i Leków (Food and Drug Administration – FDA). Opieramy się tutaj na jego szacunkach, według których Vioxx spowodował 88 000 – 139 000 dodatkowych zawałów lub nagłych zatrzymań akcji serca, z czego 30-40% skończyło się zgonem. Wrócimy jeszcze do tej sprawy w rozdziale 6, „Żywność i leki”.

²⁰ Zob. Abramson (2008, s. 70). Szacunek ten stanowi ekstrapolację wyników uzyskanych w badaniu miliona kobiet w Wielkiej Brytanii. Autorzy artykułu przedstawiającego wyniki tego badania, opublikowanego w czasopiśmie „The Lancet” w sierpniu 2003 r., stwierdzili w swoich wnioskach, że „stosowanie hormonoterapii u kobiet w wieku 50-64 lat mieszkających w W. Brytanii w ciągu ostatniej dekady spowodowało szacunkowo 20 000 dodatkowych przypadków raka piersi, w tym 15 000 związanych z wymianą estrogenów na progestageny, ale liczbę wynikłych z tego przypadków śmiertelnych trudno ustalić” (Beral et al., 2003). Nasz szacunek jest z pewnością konserwatywny, gdyż terapia hormonalna była stosowana w USA na znacznie większą skalę niż w Wielkiej Brytanii.

²¹ Centers for Disease Control and Prevention, *Health, United States, 2013*, s. 213, tabela 64 (dostęp: 1.12.2014). Podane liczby dotyczą osób dorosłych w wieku powyżej 20 lat według stanu z 2011/12 roku. Warto zauważyć, że oznacza to ponad 50-procentowy wzrost tego ostatniego odsetka od poziomu 22% notowanego w latach 1988-1994.

²² Łatwo zauważyć, że podane wskaźniki, ilustrujące wpływ różnych rodzajów pożywienia na przyrost wagi, sumują się nawet nie do 100%, lecz do 118%, co świadczy o tym, że dane te są nieścisłe i przeszacowane. Wskaźniki procentowe zostały obliczone przez tłumacza przygotowującego przekład polski, ale ten sam błąd dotyczy danych wagowych podanych w oryginale książki (*przyp. tłum.*).

ma szeroki wymiar społeczny i wykracza daleko poza badaną grupę pielęgniarek. Wiemy też, że laboratoria naukowe wysokich komisji badających produkty żywnościowe dostarczają danych pozwalających wskazać produkty, które maksymalizują pragnienia konsumentów w zakresie spożycia cukru, soli i tłuszczu (zob. np. Moss 2013). A przecież nikt z nas nie chciałby być otyłym.

Tytoń i alkohol to następne szkodliwe dla zdrowia produkty. Istnieje jednak istotna różnica między tymi dwiema używkami. Mianowicie nikt już dzisiaj nie uważa, że palenie papierosów jest czymś eleganckim. Piszący te słowa autor, George A. Akerlof, pracuje w dużym biurze w Waszyngtonie, w centrali IMF (Międzynarodowego Funduszu Walutowego). W całym budynku obowiązuje zakaz palenia. Ale wchodząc rano do tego budynku widzimy zawsze garstkę osób stojących przy wejściu i palących papierosy. Osoby te wyraźnie unikają naszych spojrzeń. Dobrze wiedzą, że paląc ryzykują swoje życie dla wątpliwej, nie wartej tego przyjemności. Na skutek presji społecznej i samokontroli odsetek osób palących w Stanach Zjednoczonych obniżył się o ponad połowę od czasów²³, kiedy nawet wielu światłych ludzi wierzyło, że palenie jest korzystne dla zdrowia, ponieważ zapobiega tyciu²⁴.

Alkohol to druga obok tytoniu legalna używka – być może jeszcze bardziej szkodliwa, choć nie budząca tylu sprzeciwów. David Nutt z kolegami w Wielkiej Brytanii oraz Jan van Amsterdam i Willem van den Brink w Holandii poprosili grupę ekspertów o porównawczą ocenę stopnia szkodliwości różnych używek w swoich krajach (Nutt et al. 2010, van Amsterdam et al. 2010). Biorąc pod uwagę nie tyle krzywdę wyrządzaną przez alkoholików sobie samym, ile straty ponoszone przez rodzinę i otoczenie, pierwszy zespół badaczy wskazał alkohol jako rzecz najgorszą, a drugi zespół za najgorsze uznał narkotyki, ale różnica procentowa między tymi wskazaniami była niewielka. Zobaczymy później (z badań obejmujących całe życie człowieka), że nadużywanie alkoholu jest prawdopodobnie największym nieszczęściem w Ameryce. Jednak bary i restauracje, linie lotnicze, a

²³ Odsetek palących wśród dorosłych zmniejszył się z 43% w 1965 r. do 18% w 2014 r. Zob. *Message from Howard Koh, Assistant Secretary of Health*, w: US Surgeon General, *The Health Consequences of Smoking*, 2014 (dostęp: 6.03.2015).

²⁴ Najbardziej znana kampania reklamowa w tym duchu dotyczyła papierosów „Lucky Strike” i prowadzona była w 1929 r. pod hasłem: „Sięgnij po papierosa, a nie po cukierka”. Dość długi tekst objaśniał zalety zdrowotne papierosów „Lucky Strike” i ich korzystny wpływ na cerę. Tekst ten kończył się następująco: „Rozsądna dawka cukru w diecie jest pożądana, ale autorytety medyczne ostrzegają, że nadmiar słodczy jest szkodliwy dla zdrowia i stanowi jedną z przyczyn otyłości. Tak więc, dla zachowania umiaru, apelujemy: „Sięgnij po papierosa ‘Lucky’ zamiast po cukierka”. Tekst ogłoszenia według: J.L. Watkins, *The 100 Greatest Advertisements, 1852-1958...*, s. 66.

także przyjaciele podczas spotkań towarzyskich wciąż kuszą nas, aby wypić kieliszek, a potem drugi i trzeci. Nie zwraca się przy tym uwagi na to, że decyzja o zamówieniu drugiego drinka jest dużo łatwiejsza. Nikt z nas z pewnością nie chciałby stać się alkoholikiem. Ale zamiast nam to odradzać, wszyscy dookoła zachęcają nas ciągle do sięgnięcia po kieliszek.

Jakość rządów. Wolny rynek działa w sposób w miarę znośny tylko w idealnych warunkach. Podobnie jest z demokracją. Jednak większość obywateli pochłonięta jest własnym życiem i nawet nie wie o tym, że polityk, na którego głosowali, nie spełnia swych obietnic wyborczych w zakresie pożądanej legislacji. A poza tym każdy z nas jest tylko człowiekiem i głosuje na osobę wzbudzającą więcej zaufania i sympatii. W rezultacie polityka jest typowym obszarem phishingu – manipulacji i oszustwa. Politycy spokojnie zgarniają swoją kasę od zainteresowanych stron i wykorzystują ją do szerzenia propagandy przedstawiającej ich samych jako prawdziwych reprezentantów narodu – jako „jednych z nas”. Jeden z dalszych rozdziałów tej książki (rozdział 5: „Phishing w polityce”) opisuje kampanię wyborczą w 2004 r. prowadzoną przez senatora Charlesa Grassleya ze stanu Iowa, który w owym czasie był przewodniczącym senackiej komisji finansów. Zebrał on wielomilionowy fundusz na swą kampanię wyborczą i zarzucił swój stan spotami reklamowymi przedstawiającymi go jako miłego sąsiada, domatora, pielęgnującego swój ogródek i objeżdżającego go w kółko traktorkiem z kosiarką do koszenia trawy. Nie było zresztą niczego niezwykłego w jego kampanii i ponoszonych na to nakładach. Wprost przeciwnie – wybraliśmy ten przykład dlatego, że jest on typowy. A przecież nikt z nas nie pragnie takiej demokracji, w której głosy wyborców są kupowane w taki sposób.

Cel książki

Celem tej książki jest pokazanie różnych przykładów phishingu: naciągania ludzi, manipulacji i oszustwa, którym poddawany jest człowiek w gospodarce rynkowej. Chcemy pokazać, jak głęboko to zjawisko wpływa na nasze życie: nasze myśli, cele i działania, a także na frustrację z powodu niespełnienia się naszych marzeń. Niektóre z tych przykładów dotyczą życia codziennego – takich rzeczy jak żywność i lekarstwa oraz kupowane i sprzedawane przez nas samochody, domy i mieszkania. Inne będą dotyczyły bardziej kwestii systemowych i technicznych, np. rynków finansowych. Podawane przez nas przykłady będą przede wszystkim miały istotne implikacje dla polityki społecznej. Dotyczy to w szczególności roli rządu w gospodarce, który powinien być raczej uzupełnieniem wolnego rynku, a nie prze-

szkodą w jego funkcjonowaniu. Podobnie jak musimy zabezpieczać nasze komputery przeciw różnym próbom manipulacji i nadużyć, tak samo potrzebne są nam skuteczne zabezpieczenia przeciwko manipulacjom i oszustwom rynkowym.

George A. Akerlof
Robert J. Shiller