

BALEKVADÁSZAT

SOÓS KÁROLY ATTILA

Balekvadászatnak fordítom a könyv (szó szerint bolondokra irányuló halászatot jelentő), bennünk manapság leginkább az idősebb honfitársainknak szervezett, gyakran kifejezetten csalárd árubemutatókat földidéző címét. Szerzői Nobel-díjas közgazdászok;

közülük Akerlof az amerikai központi bank (FED) elnökének, Janet Yellennek a házastársaként is ismert (de nem választotta meg magát polgármesternek).

Balekvadász ember vagy szervezet az, amelyik azon mesterkedik, hogy embereket nekik előnytelen, számára viszont annál előnyösebb viselkedésre bírjon rá. Becsapja, horgász módjára csalit vetve nekik, elcsábítja őket.

Akiknél sikerrel jár, azok a balekok. Kétféle balek van: lélektani és információs. A lélektani balek egyrészt az, akinek érzelmei elnyomják a józan ítélőképességét (gondoljunk például a szerencsejáték rabjára, aki kitartóan játszik, noha tudja, hogy továbbra is veszíteni fog). Másrészt az, akinél az optikai csalódáshoz hasonló észlelési hibák vezetnek a valóság téves megismeréséhez, és ilyen téves ismeretek alapján cselekszik. Az információs balekok viszont szándékosan eltorzított információk alapján cselekszenek (például az említett árubemutatókon tudományosan hangzó előadásokat hallgatnak meg filléres ócskaságok csodakisugárzásáról, s emiatt fizetik ki értük a magas árat).

Ami a másik – a vadász – oldalt illeti, az üzletemberek jó vagy rossz morálja nem tárgya a könyvnek, noha itt-ott előkerül benne. A szerzőket alapvetően az a probléma foglalkoztatja, hogy a versenypiacokon erős nyomás ösztönöz a nem lelkiismeretes viselkedésre. Ezek a piacok nagyon jó ösztönzői és jutalmazói a valós szükségleteket kielégítő új termékekkel előálló üzletember-hősöknek. A szabályozatlan piacok azonban ritkán jutalmazták azok hősiességét, akik tartózkodnak attól, hogy előnyt kovácsoljanak a fogyasztók lélektani vagy információs gyöngéiből. Az ilyen erkölcsi fenntartásokkal élő vállalati vezetőket a verseny kényszere miatt általában olyanokkal váltják fel, akiket erkölcsi aggályok kevésbé zavarnak. A civil társadalom és a társadalmi normák fékezik a balekvadászatot, de ha lehetőség nyílik rá, a végül kialakuló piaci egyensúlyi helyzetben a versengés és a túlélés érdekében azok a vállalatok is vadásznak, amelyeket valódi erkölcsi integritással jellemezhető emberek vezetnek.

**George A. Akerlof – Robert J. Shiller:
Phishing for Phools: The Economics
of Manipulation and Deception**

(A balekvadászat közgazdaságtana)

Princeton University Press, Princeton,

2015. 288 old., \$ 16.95

A könyv fontos állítása, hogy az emberek nem mindig és nem feltétlenül a legjobb döntéseket hozzák az őket érintő ügyekben. A szerzők tudják ezt, mert látják, hogy születnek olyan döntések, amelyek a meghozójuk saját igényeinek – senki igényeinek – sem felelnek meg. Példaként utalnak a már említett szerencsejátékosra. Továbbá négy széles területen mutatnak ki effajta – senki saját igényeinek nem megfelelő, mégis tanúsított – viselkedést.

Az egyik a személyes pénzügyi biztonság. A közgazdászok fölteszik, hogy egyszerű a pénzköltést egy meghatározott költségvetés keretei között tartani, és a polgárok általában valóban kellő aggodalommal, fegyelmetten igazodnak saját pénzügyi korlátaikhoz, de az esetek mondjuk egy százalékában mégis felrúgják ezt a normát, és úgy viselkednek, mintha „a pénz nem számítana”. Például egy esküvő programjának összeállításakor, de „lehúzzák” őket ingatlanvásárláskor is: az USA-ban a vevői és az eladói tranzakciós költségek összege az esetek 30 százalékában meghaladja a vevő által kifizetett előleg felét. A gépkocsik értékesítőinek is megvannak a maguk kidolgozott technikái arra, hogyan adhatnak el több autót, mint amennyire valóban szükségünk van, és hogy túl sokat fiztessenek velünk.

Egy másik ilyen terület az általános pénzügyi és makroökonómiai stabilitás, illetve instabilitás. A pénzügyi válságok fő oka a balekvadászat, és ezek a válságok vezetnek a legmélyebb visszaesésekhez. A válságok ismétlődnek, de a vadászok meggyőzik a balekokat: „ez most egy egészen más eset.” Az utolsó nagy példa a gyöngé minőségű (subprime) jelzáloghiteltek esete. És a vadászoknak részben igazuk is van: mindig más a sztori, mások a vállalkozók, és mást ajánlanak. De minden eset egyforma is. Mindig vannak vadászok és balekok. És amikor az átejtős ügyletek halmazára fény derül, az eszközáruk összeomlanak. Azok a befektetési igazgatók, akik a 2008-as válságban kulcsszerephez jutó rossz jelzáloghiteleket tartalmazó csomagokat megvásárolták, nem akarhaták azt, amit megvásároltak. És a baj kitörését rémisztő fejlemények követték: a gazdaságban a bizalom elveszett; a részvényárak meglehetősen csökkentek; a munkanélküliség, főleg a hosszú távú változata, gyorsan nőtt.

Egy harmadik terület az egészség. Valaha nagyon egyszerűen lehetett győgyszerként eladni szinte bár-

mit. Ma ezen a területen engedélyezési rendszer működik; így a fogyasztók becsapása nehezebb, de távolról sem lehetetlen. Az élelmiszer-termelés és -árúsítás sem mentes a sötét machinációktól. A dohány és az alkohol fogyasztásának „szükségességéről” sem makulátlan eszközökkel győzik meg az érintetteket.

Végül a negyedik terület a rossz kormányzás. Ideális körülmények között a kormányzati mechanizmus legalábbis túrhatóan működik, ugyanúgy, mint a szabadpiacok. De a valóságban a választókat leköti a saját életük. Majdnem lehetetlen tudniuk, mikor térnek el az általuk választott tisztségviselők az ő valóságos szándékaiktól. És könnyen fölültethetők olyan mesékkel, hogy a szavazatukra pályázó politikus „egy közülük”.

Erről a négy területről szedi össze a könyv a balekvadászat kaleidoszkópjának elemeit. Esettanulmányok követik egymást, de mégsem csupán esetek. A szerzők már előre kijelölik az „ellenséget”: azt a nézetet, amely szerint Washington, azaz a piac működésébe beavatkozó kormányzat (főleg a szövetségi) nem a megoldás, hanem maga a probléma. Az esettanulmányok újabb és újabb oldalról világítják meg azt, hogy a fogyasztók – a polgárok – megvédése a balekvadászoktól megköveteli a kormányzat jelenlétét, aktivitását.

A könyv először a balekvadászat általános jellegzetességeit taglalja. Kiemeli, hogy mint a piacgazdaság részének ennek a jelenségnek (is) alapvető jellemzője az egyensúly felé mutató erők jelenléte. A piacgazdaságban a vállalkozók általában a legkedvezőbbnek ígérkező területet választják tevékenységük színteréül, aminek következményeként egyetlen jó haszonnal kecsgetető terület sem marad kihasználatlanul; sehol sem maradnak extraprofitok. Ezt az eredményt egyensúlynak nevezzük. Elve a balekvadászatra is érvényes. Ha valahol extraprofitál lehet balekot fogni, oda új vadászok érkeznek. Például nem létezhet repülőtér, ahol ne árulnának az egészséges étkezés normáitól nagyon távol álló, de finom illatukkal messziről csalogató, édes süteményeket. Vagy: a massachusettsi Boston körzetében edzőtermek ezrei várják azokat, akik optimista testmozgásterveik alapján havi bérletet váltanak náluk, noha 80 százalékuk jobban járna az alkalmankénti fizetéssel. Erre a tapasztalati tényre az edzőtermek működtetői nem figyelmeztetik őket, viszont megnehezítik a bérletfizetés lemondását.

Áttérve a balekokra, a szerzők hangsúlyozzák mindannyiunk hajlamát arra, hogy engedjünk a kísértéseknek (például a finom süteményeknek, a drága és jórészt fölösleges extrákkal felszerelt autóknak stb.). Etológiai kísérletek szerint a majmok jellegzetessége az a magatartás, hogy minden határon túl engednek a kísértéseknek. Ha ez embereknél jelentkezik például akkor, amikor bevásárolni megyünk, az jelképesen a vállunkon ülő majom sugalmazásának tulajdonítható. A majmok a gyöngéink, amit a balekvadászok kihasználnak. Ennek figyelembevételével kell újraértelmeznünk a szabadpiaci egyensúly optimalitását.

A közgazdaságtan atyjának tekintett Adam Smith laza fogalmazásban közelített az optimalitástételhez, amelyet aztán Vilfredo Pareto formalizált: a szabadpiacon olyan (Pareto-optimális) egyensúly alakul ki, amelyben már nem javítható mindenki jóléte. Bármilyen elmozdulás rontja valaki jólétét. Az elmélet elismer olyan tényezőket, amelyek akadályozzák ennek a szabadpiaci egyensúlynak a megvalósulását. Ilyen tényezőt alkotnak az externalitások, például egyes termelő tevékenységek környezetszennyezése, vagy mások olyan melléktermékei, amelyek a felhasználóknak ingyen hozzáférhetők; az externalitások kívül maradnak a piac egyensúlyteremtő mechanizmusán. Ugyancsak zavaró tényező a rossz jövedelemeloszlás. Továbbá a nagy vállalatok megakadályozhatják, hogy a piacon korlátlanul érvényesüljön a verseny. A közgazdászoknak általában meggyőződésük, hogy ha ezek a korlátok nem lennének, akkor csak egy bolond avatkozna be a piacok szabad működésébe.

Ez a következtetés azonban figyelmen kívül hagyja azokat a megfontolásokat, amelyek Akerlof és Shiller mondandójának a gerincét alkotják. A teljesen szabad piacokon nemcsak választási szabadság, hanem balekvadászati szabadság is uralkodik. Az egyensúly ettől még megvalósul, de nem a valóságos igényeinken, hanem a vállunkon ülő majom igényein alapul. És ebből a különbségből számos probléma fakad. A különbség megértése megköveteli a lélektan tanulmányozását, amit a közgazdaságtan legtöbb ágazata elhanyagol. Ide tartozik a tudattalan szerepe a döntéshozatalban; Vance Packard szerint a marketing- és reklámszakma ezen keresztül manipulál bennünket. Robert Cialdini szerint bizonyos lelki hajlamok tesznek bennünket levedásható balekká, például viszonozni akarjuk a kapott ajándékokat és szívességeket; kedvesek akarunk lenni azokhoz, akiket kedvelünk; nem szeretünk szembeszegülni a tekintéllyel stb. Minden ilyen hajlamunkhoz kapcsolódik azok valamilyen konkrét trükkje, akik eladni akarnak nekünk valamit. Ami pedig az információs balekokat illeti, őket félrevezető mesékkel ugratják be.

Az eddig ismertetett bevezetést két, összesen 11 fejezetből álló rész követi, amelyek a nagyon általánostól – mint amilyen a fogyasztói költsékezés vagy a pénzügyi piacok – a nagyon speciálisig terjedően – mint az amerikai kongresszusi választások kampányai és az orvosok megdolgozása a nagy gyógyszergyárak által – mutatják be a balekvadászatot. Ezekre az elemzésekre épülnek a harmadik rész összefoglaló következtetései, köztük az USA-ra nézve levont gyakorlati következtetések (amelyeket azonban a világ más részein is érdemes megfontolni).

A fogyasztói költsékezés általános elemzésében a szerzők abból a tényből indulnak ki, hogy Amerikában – nem csak a szegény háztartások körében – magas a megtakarításokkal, pénztartalékokkal nem rendelkező, sőt a néha szupermagas kamatú kölcsönforrásokra is rászoruló aránya. Sem ott, sem más gazdag országokban nem sok valósult meg számos

közgazdász, köztük Keynes azon régi jóvendöléséből, hogy a termelékenység megtöbbszöröződésével radikálisan csökkenni fog a munkára fordított idő, és a polgárok igen tekintélyes megtakarításokkal fognak rendelkezni. És – teszik hozzá a szerzők – ennél sokkal többet a termelékenység további megtöbbszöröződésétől sem várhatunk. Mindennek egyik jó oka az, hogy a szabadpiacok nemcsak azt termelik, amire valós igényünk van; termelik azt is, amit a vállalkon lévő majmok izlése alapján akarunk. A termelők-kereskedők azon dolgoznak, hogy mindent, amit megtermelnek, eladjanak nekünk; ennek keresik és meg is találják a módját.

Attól, hogy a fogyasztót költekezésre buzdítják, eltér egy másikfajta balekvadászat, amely a pénztartalékaink, megtakarításaink befektetésére vonatkozó döntéseink befolyásolására irányul. A szerzők itt arra a nyilvánvaló tényre építik érvelésüket, hogy egy zöldségesnek, aki jó avokádó kitaró árusításával jó hírnevet szerzett, módja nyílik rá, hogy rothadt avokádót dobjon piacra, sikerrel. Ennek analógja az, ahogyan különféle pénzügyi, tőkepiaci intézmények, amelyek korábbi időszakokban tisztességes teljesítményükkel jó hírnevet szereztek, a 2008-as válságot megelőző időszakban egymással versengve hatalmas tömegben rossz értékpapírt dobta piacra, illetve (a hitelminősítők) elsőrangúnak minősítettek ilyen értékpapírokat. Miután a nagyközönség nem érzékelte a jó és a rossz papírok közötti különbséget, és boldogan vásárolta a rosszakat, minden kibocsátónak részt kellett vennie ebben a később katasztrófálisnak bizonyuló játékban, ha versenyben akart maradni.

A szerzők elemzik a kérdéses intézmények elmúlt évtizedekben végbement átalakulását. Az értékpapír-kibocsátó beruházási bankok – Goldman Sachs, Lehman Brothers és mások – korábban lényegében csak nagyvállalatok részvényeinek kibocsátását szervezték, így erősen rá voltak utalva e „saját” vállalataik jóindulatára. Ezért a részvények kibocsátási árát gondosan kellett meghatározniuk. Manapság azonban ez a függés már elenyészett: a beruházási bankok óriási „vegyeskereskedésekké” váltak. Egyebek között a saját számlájukra is kereskednek értékpapírokkal. Márpedig az ilyen ügyletekben nem az értékpapírok ára, hanem a vételi és eladási árak közötti különbség foglalkoztatja őket; az esetleges túlárazás mint probléma meg sem jelenik ebben a megközelítésben. A hitelminősítők pedig (Moody's, Standard and Poor's és mások), amelyek korábban könyvek eladásából és más bevételekből éldegéltek szerényen, ma a minősítetektől kérik meg tevékenységük díját, így abban érdekeltek, hogy az általuk várt minősítést adják a papírjaiknak. A modern pénzügyi világ termékeinek formájában eladhatóvá váltak olyan értékpapírok, amelyeket korábban nehéz lett volna bárkire rásózni. Itt főleg a már említett gyöngye minőségű (*subprime*) jelzáloghitelekre kell gondolni. Ezek jelzálogleveleit (nem fizikai értelemben) fölszeletelték tőketörlesztés- és kamatfizetésre, kockázatmentes és kockázatos

részre, és az így kapott darabokat csomagokba szervezték. A törlesztési kockázatokat statisztikai adatokból számolták ki, olyan időszakok adataiból, amelyekben az ingatlanárak folyamatosan növekedtek. A papírok vásárlói nem értettek sokkal többet az egész hókuszpókuszról, mint az az Olvasó, aki itt találkozik először ezzel a műfajjal. Lényegében annyit tudtak, hogy jó hírnevű banktól vásárolt eszközökbe fektették a pénzüket. Amikor aztán az „új gazdaság” új technikai mégsem tudták eltüntetni az üzleti kockázatokat, akkor a beruházási bankok egész rendszerét és velük együtt a pénzügyi rendszer sok más részét is az összeomlás veszélye fenyegette; a további fejleményeket ismerjük.

A balekvadászat konkrét területeinek tárgyalása a 3. fejezettel kezdődik, amelyben az emberi gondolkodás és reklámokkal való befolyásolása kerül terítékre. Az ember beszélgetések formájában gondolkodik, történeteket mond el magának, és a reklámok a mondanivalójukat ebbe a beszélgetésbe illesztik bele. A mondanivaló pedig azt célozza, hogy akarjuk megvásárolni a reklámozott terméket. Amikor észleljük a reklámképet és/vagy -szöveget, az fordít a gondolkodásunkon. Ha ez a fordulat a reklámozók szükségleteit tükrözi, a miénket pedig nem, akkor balekokként levadásztak bennünket. Tárgyalják a szerzők az amerikai reklámipar legnagyobb alakjainak trükkjeit: a fantázia megragadására különösen alkalmas történetmesélést, a ravasz nagyotmondást, de a statisztikai módszerek első fölhasználását is a különféle reklámozási módszerek hatékonyságának mérésére. A legfrissebb újítás az úgynevezett adatbányászaton alapuló, annak segítségével megismert személyekre differenciált reklámhadjárat, amelyet politikai területen első ízben Obama 2012-es választási kampányában alkalmaztak.

A 4., 6. és 8. fejezet az áruvásárlásaink során ránk leselkedő balekvadászati veszélyekről, az 5. a politikában, a 9. és 10. a pénzügyekben, a 7. a szolgáltatások más területein folytatott balekvadászatról szól.

Tanulságos összehasonlító elemzést olvashatunk arról, hogyan „húzzák le” a fogyasztókat az autó-, ingatlan- és hitelkártya-eladások területén. Itt említésre méltó példa annak empirikus adatok alapján való tárgyalása, hogy ha fekete vesz autót, az ár magasabb, akkor is, ha az eladó is fekete. Éspedig azért, mert az eladó abból indul ki, hogy egy feketének kisebb valószínűséggel van már autója, amellyel több kereskedőhöz is elmehet ajánlatot kérni.

Nagyon tanulságos az élelmiszerekkel és gyógyszerekkel kapcsolatos balekvadászat tárgyalása. Amerikában a XIX. században sokféle semmire sem jó „gyógyszert” hirdettek és árultak sikerrel, és forgalmaztak olyan élelmiszereket, amelyek leírásának ismertetésétől itt inkább megkímélem az Olvasót. 1906-ban hozták az első törvényt e területek szabályozására. Ma jóval kevesebben kerülnek kórházba ételmérgezéssel, mint akkoriban, de az élelmiszerek tele vannak cukorral, zsírral, sóval (a balekvadászat-

ban használt csalikkal); ez és ennek következményei közismert problémák. A gyógyszerület területén ma is folyó balekvadászat példaként a szerzők a Vioxx nevű, arthritiszre használt fájdalomcsillapító elismerően szélsőséges esetét tárgyalják részletesen. Ennek előnyét egy másik, emésztőrendszeri problémákat okozó gyógyszerrel szemben a szokásos „véletlenszerű kontrollált kipróbálás” módszerével mutatták ki. A gyártó, ugyancsak a megszokott módon, gondoskodott arról, hogy az eredményeket befolyásos és várhatóan kedvező véleményt adó szakember öntse tudományos cikkbe. A cikk nem vette komolyan azt, hogy a kísérletek szerint a Vioxx növelni látszott az infarktus és a trombózis kockázatát. A „csodagyógyszer” további, ügyesen szervezett népszerűsítő kampánya aztán meg is feledkezett ezekről az – újabb kutatások által már megmagyarázott, azaz pusztán véletlennek nem tekinthető – „apróságokról”. A szerzők írnak az ellenőrző hatóság (Food and Drug Administration) kijátszásának lehetőségeiről, valamint arról, hogyan hálózják be a gyógyszergyárak az orvosokat, hogy az ő termékeiket részesítsék előnyben.

Érdekes elemzést olvashatunk arról is, hogyan vesznek rá bennünket a dohány és az alkohol fogyasztására. A dohányzás káros hatásairól egyre többet tudó (és szétkürtölő) tudománnyal szemben a dohánygyárak ügyesen vívták utóvédharcaikat. Mindig találtak „tudósokat”, akik például azt bizonygatták, hogy ez a szenvedély nem árt, csak árthat; hogy akit a látszat szerint a dohányzás betegít meg, enélkül is megbetegedne stb. Mára persze ez a háború eldőlt, de az alkoholizmus zászlaja még ma is, nagyon is áll. A szerzők idéznek olyan komolyan megalapozott kutatási eredményeket, amelyek szerint az alkoholfogyasztás társadalmi kárai jóval nagyobbak, mint általában gondoljuk. Ezzel kapcsolatban azonban nincs olyan mellbe vágó bizonyíték, amelyet az Egyesült Államok Közegészségügyi Szolgálat a dohányzás és a tüdőrák kapcsolatáról tehetett közzé. Emiatt az alkoholfogyasztás elleni küzdelemre elég kevésbé adakoznak, így az ellentábor buzdítását nem lehet túlharsongni: ez az eredményes balekvadászat terepe marad.

A pénzügyek területén a szerzők megismertetnek bennünket a *savings and loan association (S&L)* nevű amerikai intézmény 1986–95 közötti válságával mint a balekvadászat különösen jól megfigyelhető esetével. A XX. század elejétől népszerű S&L-t magyar (többé-kevésbé) megfelelője után itt takarékszövetkezetnek fogom nevezni. A válság lényege az volt, hogy félrevezető, néha csalárd könyveléssel csődöket idéztek elő, és ebből még meg is gazdagodtak. Nevezetesen, vállalkozók csődbe került takarékszövetkezeteket vásároltak fillérékért, és kivették belőlük a (hitelezők kielégítésére egyébként sem elegendő) eszközeik kisebb-nagyobb részét.

A történet azzal kezdődött, hogy a takarékszövetkezetek tömegesen bocsátottak ki nagyon hosszú lejáratú jelzáloghiteleket, fix 5, 6, 7 százalékos kamattal. Amikor aztán a fölgyorsult infláció letörése

érdekében a központi bank (Fed) magasra pumpálta föl a kamatokat, és 1983-ban az amerikai kincstári kötvény, a világ legbiztonságosabb értékpapírja is 14 százalékos kamatokat kezdett fizetni, a takarékszövetkezetek lehetetlen helyzetbe kerültek: magas kamaton szerezhető betétekkel kellett fedezniük alacsony kamatozású kintlevőségeiket. A szövetkezetek központi garanciaalapja (FSILC) nem tudta fedezni a horribilis veszteségeket. Csak a szövetségi költségvetés segíthetett volna, de ennek lehetősége szóba sem kerülhetett az idősebb Bush 1999. évi elnökké válása előtt. Addig más ötletekkel kísérleteztek, főleg a takarékszövetkezetek gazdálkodását korlátozó szabályok lazításával (dereguláció) már 1980-tól, amikor a csődhelyzetük még nem volt igazán súlyos. Az addig szabályozott betéti kamatok liberalizálása javította a betétgyűjtés lehetőségét. Emellett a szövetkezetek arra is törvényi lehetőséget kaptak, hogy ingatlanfejlesztőknek nyújtsanak hiteleket, ráadásul úgy, hogy a hitel magába foglalhatta a fejlesztési projekt megvalósítása alatt fizetendő kamatokat.

Ez jó lopási lehetőségeket teremtett. Miután egy szövetkezetet megkaparintottak, meg kellett növelni a betétbázisát (bankok szívesen adtak hitelt az FSILC garanciája alapján). Aztán hitel kellett nyújtani egy „ingatlanfejlesztőnek”, aki tisztos összegeket fizetett a szövetkezet tulajdonosok barátainak, de arra nem is gondolt, hogy a hitelt valaha is visszafizeti. És a szövetkezet gazdálkodása kifogástalan lehetett, mert a „fejlesztő” (a hitelből) fizette a kamatokat. A „modell” kiegészülhetett még további trükkökkel, például a vásárolt ingatlanárak fölpumpálásával. Ezt követte egyes városokban az árak súlyos visszaesése, hiszen túl sok lakás, iroda stb. épült (bár sok csak félig vagy annyira sem készült el).

A pénzügyek területéről bemutatott másik példa vállalatok ellenséges fölvásárlása bővlikötvények kibocsátásának segítségével. „Ellenségesnek” akkor nevezzük a vállalat (részvényeinek) fölvásárlását, ha a menedzsment kiakolbóltására (is) irányul. A bővlikötvény a hitelminősítők által többé-kevésbé rossznak minősített, ennek megfelelően magas hozamot ígérő kötvény, amelyet nem tanácsos hosszú távra megőrizni, csak spekulációs célra szabad venni, abban a reményben, hogy „holnap” magasabb árfolyamon szóhatjuk el, mint amilyen „ma” vesszük. A vállalati kötvények többnyire (a legjobb hírű, legnagyobb vállalatok által kibocsátottak kivételével) ide tartoznak.

Michael Milken, egy ifjú pénzügyi szakember, aki jó egyetemeken tanult, az 1970-es évek elején egy nagy beruházási bankban azzal indította a karrierjét, hogy egy olyan könyvet mutogatott befektetési alapok, nyugdíjalapok és más befektetési lehetőségeket kereső intézmények vezetőinek, amely arról szólt, milyen jól teljesítettek vállalatok bővlikötvényei a korábbi évtizedekben. Ügyesen meggyőzte őket arról, hogy minden bővlikötvény nagyjából egyforma (azaz olyan, lényegében jó, mint amilyenekről a könyv szólt), és bővlikötvényeket adott el nekik; a bevételekből vállala-

latokat vásárolt föl. Egy-egy ügyletnek sok pénzt szerzett, gyorsan; ezzel meglepetésszerűen csapott le az épp fölvásárolni kívánt vállalatra. A menedzsereknek így nem volt idejük arra, hogy hiteleket szerezzenek, és maguk próbálják meg kivásárolni a vállalatukat. Milken további trükköket is alkalmazott a kivásárlási ár csökkentésére. A befektetőknek ígért csodákat azonban nem tudta megvalósítani (a fölvásárolt vállalatok nyeresége nem fedezte a bővítőkötvények magas kamatait), és a bank, amelynek dolgozott (Drexel Burnham Lambert) végül csődbe is jutott. (Őt magát azonban már ezt megelőzően börtönre ítélték bennfentes kereskedelem miatt; egyébként a szerzők szerint a balekvadászokat meglehetősen ritkán ítélik börtönbüntetésre.)

Ami a politika területén folytatott balekvadászatot illeti, szinte ugyanolyanok a következményei, mint kereskedelembeli megfelelőjének. Ha nem lenne balekvadászat, a piaci verseny Pareto-optimális egyensúlyhoz vezetne, és a versenyalapú demokratikus választás is (Anthony Downs tétele szerint, amely fölteszi a választók tökéletes informáltságát) hasonlóan jó eredményt adna. A választók informáltsága azonban távolról sem tökéletes, így balekként levadászhatók. Az ezt figyelembe vevő nyertes választási stratégia három dolgot foglal magában. Először, nyilvánosan olyan politikákat kell hirdetni, amelyek vonzzák a tipikus szavazót, olyan ügyekről, amelyek fontosak neki, és amelyekről jól informált. Másodszor, olyan ügyekről, amelyekben a tipikus szavazó kevésbé informált, de a potenciális kampányfinanszírozók jól informáltak, őket vonzó üzeneteket kell küldeni, de szigorúan csak nekik. Harmadszor, az utóbbi érdekcsoportoktól kapott pénzből népszerűséget növelő kampányt kell folytatni a legszélesebb szavazó rétegben, amely (a vidéki Amerikáról van szó!) nagy valószínűséggel arra szavaz, aki „a tévében a háza körül a füvet nyírja”.

Egyéb szolgáltatások területén a könyv olyan sajátos innovációk példáit ismerteti, amelyek nagy hasznot hajtanak az újítókra, de inkább csak gondokat, törődést okoznak az általuk rabul ejtetteknek. Ilyen a Facebook, ahol erős a meglehetősen üres versengés a lájkokért, de ilyen az utasok versenyeztetése is repülőtársaságok által a beszállási elsőbbségért (például jó helyezéssel jár a társaság hitelkártyájának használata). Korábban a kisgyermekes családokat illette az elsőbbség.

A 11. fejezet a balekvadászattal szembeni ellenállásról és annak hőseiről szól. Jelentős részben e hősök teszik a szabadpiaci rendszert olyan jól működővé, amilyenek ismerjük. Hősök magában az üzleti világban is vannak, például az amerikai *Better Business Bureaus*, amelyeknél a fogyasztók rossz termékekre, szolgáltatásokra panaszt tehetnek. Vállalatok tartják fenn őket, de működési rendjük kizárja, hogy tisztességtelen konkurenciaharc eszközüvé váljanak.

Fontos védelmet jelent a balekvadászat ellen a szabványosítás és az állami technikai szabályozás. A magyar olvasók közül sokan ma is úgy tudják, hogy a

kettő egy és ugyanaz – a kommunista rendszerben ez volt a helyzet. Ma azonban már nálunk is jóval bonyolultabb ennél a viszonyuk. Az állam nemcsak a technikai szabályok, hanem a szabványok kialakításában is fontos szerepet játszik, de a szabványok alkalmazását a hatóságok nem ellenőrzik – például a szabványos ruhaméret-kategóriák alkalmazását, a szabványoknak megfelelő minőségű áruk gyártását nem ők kényszerítik ki, hanem a piaci verseny. A szabványok rendszerre így is komoly akadályokat állít a balekvadászat elé. Az állami technikai szabályok esetén azonban másról van szó. Például Amerikában törvény tiltja éghető anyagból készített gyermek-hálóruhák árusítását. Aki ezt a tilalmat megszegi, súlyos büntetésre számíthat. Itt talán azt is megjegyezhetjük, hogy a piacgazdaság körülményei között az effajta állami szabályozás hatékonyságát javítja, hogy az egymással versenyző termelők-eladók följelentgetik egymás szabályszegéseit. A szerzők ezt nem említik; számukra ez nyilván természetes. Ma már a magyar olvasók számára is természetes lehet, de azért ők, ha nem nagyon fiatalok, emlékezhetnek még arra, hogy a néhai tervgazdaságban a piaci versenyt periferikus szerepbe szorító, mindenre kiterjedő állami szabályozás milyen kevéssé védett meg bennünket a balekvadászattól.

Az állami (technikai és más) szabályozás körül sok vitát kelt az „állam foglyul ejtésének” (*state capture*) elmélete. Szerzőink vitatják ennek a nem alaptalan nézetnek a túlhajtott változatait, amelyek néhány, a hatóságok súlyos mulasztását mutató esetből általánosítanak, figyelmen kívül hagyva a sokkal gyakoribb tapasztalatot, amely szerint a hatóságok keményen és sok kedvező eredménnyel dolgoznak. A valóság ezen a területen sem fekete-fehér, hanem a szürke sok árnyalatát mutatja.

A könyv záró, következtetéseket levonó részében a szerzők ismételten hangsúlyozzák, hogy a teljesen szabad piacokon nemcsak választási szabadság, hanem balekvadászati szabadság is uralkodik, és hangsúlyozzák az 1890–1940 közötti amerikai reformkorszak fontosságát, amelynek folyamán a különféle területeken végbement változások megnövelték a kormányzat szerepét. A második világháború után fontos konszenzus alakult ki abban, hogy a kormányzat hasznos ellensúlyt alkothat a szabadpiac szélsőségeivel szemben. A demokraták és a republikánusok között létezett ugyan nézetkülönbség, de inkább csak árnyalatokat érintett, nem a lényegét. Példa gyanánt említik, hogy a republikánus Nixon elnök alapította meg a Környezetvédelmi Ügynökséget (*EPA*): ma a környezetvédelem már nem konszenzusos, inkább csak demokrata párti téma.

Mára divatba jött egy alternatív fölfogás: „A kormányzat nem megoldás a problémákra – a kormányzat maga a probléma.” Ez a mondat Reagan elnök beiktatási beszédében hangzott el, és ezzel elavult a reformkorszakot követő idők konszenzusa arról, hogy a kormányzat, ha jól használják, a közjó fontos előmozdítója lehet.

Ez az új, alternatív fölfogás hibás. A reformkorszak kormányzati újításai – az állami nyugdíjrendszer (*Social Security*), az idősek állami orvosi ellátása (*Medicare*), a pénzügyi felügyelet stb. megteremtése – valóságos szükségletekre adott válaszok voltak. És az új fölfogás, az „államtalanítási” törekvés maga is balekvadászat. „Virágai” közül a könyv hármát tárgyal.

Az első az állami nyugdíjrendszer tőkepiaci alapú, a fiatalabb Bush második elnöki periódusa alatt javasolt, de végül, népszerűtlensége miatt meg nem valósított reformja. Ez a mi 1997-es nyugdíjreformunkhoz alapjában hasonló lett volna. Kevésbé radikális az utóbbinál abban, hogy a belépés (részleges átlépés) az új rendszerbe nem lett volna kötelező, ugyanakkor radikálisabb egyrészt azért, mert a nyugdíjjáruléknak nem a negyedét (a bér nyolc százalékából két százalékpontot) lehetett volna átvinni privát (a mi „második pillérünknek” lényegében megfelelő) befektetési alapokba, hanem majdnem a kétharmadát (6,2 százalékból négy százalékpontot). Radikálisabb lett volna azért is, mert Amerikában a társadalombiztosítást kiegészítő magánnyugdíj (amely lényegében megfelel annak, amit a mi reformunk idején „harmadik pillérnek” hívtunk) már eleve fontos szerepet játszik a rendszerben. Robert J. Shiller realiztikus föltevésekre (az amerikai értékpapírpiacok múltbeli teljesítményére) alapozott szimulációs számításai szerint ez a „reform” előnytelen és kockázatos lett volna a résztvevők számára.

A másik „virág” az Értékpapír-felügyelet (*SEC*) erős alulfinanszírozottsága. Az alulfinanszírozottság tényét a szerzők (részben) a 2008-ban kitört Madoff-botrányhoz vezető folyamatok elemzésével támasztják alá. A zseniálisnak vélt tőzsdeguru, valójában roppant ügyes balekvadászt Bernard Madoff által kezelt alapok nagyszerű, egyenletesen csordogáló hozamai olyan képet mutattak (a csőd előtt hosszú éveken keresztül), amely némely éles szemű szakértők számára nem volt hihető. Följelentéseikre a SEC szakmailag elhibázott (elutasító) válaszokat adott, nyilvánvalóan azért, mert megfelelő szakértőket nem tudott megfizetni.

A harmadik „virág” az Egyesült Államok Legfelsőbb Bíróságának az a döntése, amely eltörölte annak törvényi korlátait, hogy vállalatok, szakszervezetek és nonprofit szervezetek részt vehessenek a választási kampányokban. A döntést vitató kisebbségi vélemény joggal mutatott rá, hogy az így biztosított joggal az érintett szervezetek visszaélnek. Nevezetesen, azt a jelöltet, aki szívességeket tesz nekik, azzal támogatják, hogy ellenfele ellen negatív kampányt finanszíroznak, amivel lehetővé teszik kedvezményezettjük számára, hogy „a mocskolódás fölött álljon”. A döntés ellenes volt a balekvadászat korlátozásának érdekeivel.

Az utószóban a könyv hangsúlyozza: a modern közgazdaságtan komoly hibája, hogy fő tárgyát, a szabadpiacok működését a balekvadászat figyelmen kívül hagyásával ábrázolja, azt csak külső módosító tényezőként veszi számba. Ez szerencsétlen következ-

ményekkel jár. Ha a közgazdász szakma megértette volna, hogy a szabadpiacokkal természetükénél fogva velejárnak a trükkök és a csalás, akkor majdnem bizonyosan belelátott volna abba, hogy a származékos pénzügyi eszközök, a jelzálogalapú értékpapírok és az államadósságok halmozódása bajokat okozhat, és nem kevés közgazdász figyelmeztetett volna a válság veszélyére.

A szerzők három pontban válaszolnak arra a kérdésre, hogy könyvükkel mit tesznek hozzá a balekvadászat témájában (a viselkedési közgazdaságtan keretében) már létező irodalom mondanivalójához. Először is azzal, hogy ezt a jelenséget (szerintük) az általános egyensúlyi modell keretébe szervesen beillesztve, nem pedig a téma eddigi kezelésében megszokott módon valamilyen speciális modellben mutatják be, azt sugallják, hogy ez általában jelen van. Másodsor, új a könyvben, hogy ha a fogyasztó vállán ott ül a majom, és az ő ízlése befolyásolja a fogyasztó ízlését, akkor – az általános egyensúly-elméleti megközelítésben gondolkodó ember számára természetes módon – balekvadászat is létezik. Egy fönti példa szerint, finom illatukkal messziről csalogató, de nem egészségbarát édes süteményeket bizonyosan árulnak minden repülőtéren. Végül harmadszor, a könyv talált egy egészen általános módot annak a gondolkodási keretnek a leírására, amelyben az emberek döntéseket hoznak. A balek „bedőlésének” eddigi megközelítését Cialdini listája jellemzi, amely sok, de így is korlátozott számú gondolkodási-viselkedési defektust ad meg magyarázatként. Ámde vannak esetek, amelyek egyiknek sem felelnek meg. A könyv, ettől a megközelítéstől eltérően, az emberi gondolkodást önmagunknak való történetmesélésnek írja le, „bedőlésünket” pedig a történetmesélésben előidézett fordulatként.

Az Akerlof–Shiller-könyv létrejöttét aligha tudnánk megérteni, ha nem tudnánk a Republikánus Párt utóbbi évekbeli (a Trump-jelenséget messze megelőző) erőteljes jobbra tolódásáról, ezzel egy olyan kormányzás veszélyéről, amely az „új fölfogás” nevében („a kormányzat nem megoldás a problémánkra – a kormányzat maga a probléma”) az eddigieknél sokkal súlyosabb károkat okozna a reformkorszak eredményeként létrejött állami gazdaság szabályozás kiterjedt, a balekvadászatnak jelentősen megnövelt lehetőségeket biztosító lerombolásával. Mégis, a könyv tudományos igényű, és ilyenként értékelendő.

Így tekintve pedig elméleti és empirikus elemzéseinek alaposágát, erejét, relevanciáját elismerve is lehetnek vele problémáink.

1. A szerzők beleesnek abba a nem szokatlan hibába, hogy túldimenzionálják a megfigyelt jelenségvilágnak azt az oldalát, amely elemzésük alapvető tárgya, amelyhez gondolataik, fölfedezéseik tapadnak. Ezt teszik akkor, amikor megállapítják, hogy a jövedelmek évszázados megtöbbszöröződése nem járt a megtakarítási hányadok növekedésével, és ezt

kizárólag a balekvadászattal, főleges költekezés-sel magyarázzák. Itt tehát elsikkad az, amit a Bevezetésben azokról az üzletember-hősökről írnak, akik új és valós szükségleteket kielégítő termékekkel állnak elő. (Hiszen a jövedelemnövekmény egy részét mégiscsak az utóbbiakra, nem pedig haszontalan, csak a vállalkon ülő majom által igényelt dolgokra költjük.) Ugyancsak egyoldalú a könyvben a reklám mint olyan közgazdasági jelentőségének értelmezése. Nem olyan régen a kommunista ideológia azt sulykolta nekünk, hogy akkori rendszerünkben a reklám nem a fogyasztók manipulálását szolgálta (mint a kapitalizmusban), hanem az informálásukat. Ezen jókat mosolyoghattunk, de azért volt benne racionális mag. Nevezetesen, a reklám nem (soha, sehol sem) korlátozódik becsapásra, félrevezetésre. Mindig ad hasznos információt is, és reklámok nélkül sokkal nehezebb lenne eligazodnunk az árak és szolgáltatások világában. Ugyancsak túldimenzionálják a szerzők a fogyasztók piaczgazdaságbeli manipulálásának, félrevezetésének lehetséges mértékét azzal, hogy nem említik: az eladók versenye – ahol érvényesül – korlátozza az ilyen törekvéseket, hiszen például egy-egy terméket nemritkán a konkurens termék rejtett hibáival reklámoznak.

2. A legnagyobb problémánk az, hogy nem tudjuk elfogadni a szerzőknek azt a megállapítását, amely szerint könyvükkel a balekvadászatot beillesztették a közgazdaságtan főáramának hagyományos, általános egyensúlyi modelljébe. A közgazdaságtan egyik elemi kiindulópontja többé-kevésbé értelmes felek információs szimmetrián alapuló alkuja. A vállalkon ülő majom nagyon erős szerepével és a nagyon hatékonyként bemutatott félrevezetéssel ez nem fér össze. Ha Akerlof és Shiller gondolatmenetét elfogadnánk, akkor a hagyományos közgazdaságtan alapjait újra kellene gondolnunk, amire itt kísérletet sem teszünk.

3. Vannak a könyvben a főtiekhez képest kevésbé fontos átgondolatlanságok. A 7. fejezet, már a címével, az innovációt a balekvadászat egyéb területei mellé teszi n-edikként. Ez hiba, mert ez a vadászat minden területen részben innovációkkal folyik. Például a könyvben tárgyalt pénzügyi trükkök közül a vállalatok ellenséges fölvásárlása bővlikötvények kibocsátásának segítségével innováció volt; az autóvásárláskor igen gyakran technikai újítások mint „extrák” eladásával „húznak le” bennünket stb. Egy másik probléma azzal függ össze, hogy a könyv (egyébként helyesen) nem kizárólag a fogyasztók mint balekok leadását tárgyalja. Főleg a bővlikötvényekre alapozott vállalatfölvásárlás kapcsán esik szó mások – befektetési alapok, nyugdíjalapok stb. – fölültetéséről. Ilyenkor nem igazán releváns a vállalkon ülő majomra, annak a mi valós igényeinktől eltérő ízlésére hivatkozó magyarázat. Itt sokkal inkább a (főleg nagyobb) vállalatoknak arról a jól ismert jellegzetességéről van szó, hogy a menedzsment gyakran elválik a tulajdonosoktól, és ezzel a kockázatok mérlegelése eltorzul.

4. A reklámszakmának a könyv témája szempontjából fontos klasszikusai közül a szerzők csak az amerikaiakat tárgyalják. Nem kerülnek szóba európaiak, például a ma is gyakran hivatkozott Goebbel.

Persze az is igaz, hogy szívesebben olvasunk olyan könyvet, amelyben nem találkozunk ezzel a névvel. De távolról sem csak ezért ajánlom Akerlof és Shiller könyvét mindenki figyelmébe. Érdekes, tanulságos, fontos olvasmány. □