

FILOSOFIA ECONOMIEI ȘI A ȘTIINȚEI ECONOMICE

ECONI & UMANI. MITUL RAȚIONALITĂȚII ÎN TEORIILE ECONOMICE STANDARD

DAN CRĂCIUN

Academia de Studii Economice, București

Econs & Humans. The Myth of Rationality in Mainstream Economic Theories.

The main purpose of this study is to make a case for behavioral economics, regarded not as a rejection and a replacement of standard, scholastic economics, but as a way to enlarge and increase our insight of real economic processes. The first part argues against one very persistent, and yet inconsistent fiction: homo economicus. Starting from the famous distinction made by Thaler and Sunstein between Econs and Humans, the second part attempts to dismantle this fiction analyzing different logical games and lab experiments, all indicating that real people often behave more or less irrationally, far from the perfect rational decision making of homo economicus. The final part is searching for arguments in favor of behavioral economics in real life decision making.

Keywords: behavioral economics, decision making, Econs, homo economicus, Humans, prediction, strategic games.

O FICȚIUNE TOT MAI CONTESTATĂ: *HOMO ECONOMICUS*

De la Adam Smith până astăzi, modelele economice standard se bazează pe un postulat cu valoare paradigmatică: raționalitatea pieței libere, concurențiale. Piața este un sistem foarte complex, dar pe deplin inteligibil, care se autoreglează pe baza unor mecanisme obiective, metaforic sugerate de „mâna invizibilă”, celebra metaforă din *Avuția națiunilor*, care guvernează implacabil din umbră procesele economice¹. Idealul liberalismului economic este strictul necesar de reglementare juridică din partea statului, menit să asigure funcționarea cât mai liberă a pieței, întrucât aceasta alocă cel mai eficient resursele, în funcție de raporturile dintre cerere și ofertă, furnizând, totodată, prin fluctuațiile prețurilor, cele mai credibile și valoroase informații de care agenții economici au nevoie pentru a lua cele mai bune decizii.

¹ Cei care au avut răbdare să citească cele peste 380 000 de cuvinte din ediția integrală a operei lui Smith declară că faimoasa expresie care i se atribuie, „mâna invizibilă”, apare în text numai o singură dată. Ideea este sugerată, însă, pregnant în nu mai puțin celebrul fragment referitor la faptul că „nu ne așteptăm să primim bucatele pentru cină prin bunăvoința măcelarului, a berarului sau a brutarului, ci datorită faptului că ei își urmăresc propriile interese etc.” Oricum, expresia a devenit indelebilă (Adam Smith, *Avuția națiunilor* (1776), ediție prescurtată, Publica, București 2011, p. 80).

Deși puțini o afirmă explicit, majoritatea economiștilor de catedră consideră că mecanismele pieței libere sunt comparabile cu legile naturale: oamenii le pot cunoaște și le pot pune să acționeze în interesul lor, dar cei care le ignoră vor fi imediat striviți de inflexibilitatea oarbă a acestor mecanisme. De aici și orgoliul economiștilor, care privesc oarecum de sus celelalte științe sociale, considerând că economia se află cel mai aproape de rigoarea și precizia științelor „tari” ale naturii. După cum remarcă Dan Ariely, „ideile de bază ale economiei politice și credința în raționalitatea atotstăpânitoare au devenit atât de înrădăcinate în felul cum vedem universul social din jurul nostru, încât oameni din toate straturile societății păreau să le accepte drept legități fundamentale ale naturii”².

În centrul teoriilor economice standard se găsește așa-numitul *homo economicus*, agentul economic definit prin câteva trăsături esențiale.

În primul rând, *homo economicus* este profund *egoist* – nu neapărat în sensul strict moral: agentul economic urmărește permanent să-și maximizeze beneficiile, să extragă maximum de profit din orice tranzacție, valorificând optimal orice oportunitate de câștig. Într-o viziune utilitaristă, scopul suprem al vieții omenești este fericirea – prezența plăcerii, absența durerii conform definiției clasice a lui Jeremy Bentham. Plăcerile urmărite de către diferiți indivizi sunt extrem de variate, dar, într-o economie de piață, cele mai multe dintre ele se pot obține doar prin disponibilitatea anumitor resurse bănești, de aceea averea este o condiție necesară, chiar dacă nu și suficientă, a fericirii. În mod axiomatic se presupune că orice individ urmărește maximizarea câștigurilor sale materiale din orice oportunitate, din orice tranzacție³.

În al doilea rând, *homo economicus* este pe de-a-ntregul *rațional*: agentul economic își urmărește interesul egoist exclusiv prin intermediul calculului strict cerebral, care este neafectat de interferența cu alte componente iraționale ale personalității umane (emoții, instincte, prejudecăți, iluzii perceptivă).

În sfârșit, *homo economicus* este perfect *informat* prin intermediul pieței, fluctuațiile prețurilor oferind oricui accesul imediat și direct la datele necesare pentru adoptarea celor mai bune decizii.

Realitatea acestor caracteristici poate fi ușor contestată pe baza unor probe empirice, pe care oricine le poate extrage din propria sa experiență de viață. Astfel, oricare dintre noi își poate aminti numeroase ocazii în care am dat dovadă de *fair play* – când nu ne-am lăcomit să stoarcem maximum de profit, ci am cedat o parte din beneficii și altora – sau chiar de altruism, cedând altora beneficiile de care puteam să ne bucurăm în exclusivitate. În replică, economiștii susțin că orice comportament echitabil sau altruist este numai o aparență superficială. În realitate, avem de-a face numai cu așa-numitul *enlightened self-interest*, un calcul rece și

² Dan Ariely, *Irațional în mod previzibil. Forțele ascunse care ne influențează deciziile*, Publica, București, 2010, p. 13.

³ Jeremy Bentham, *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation* (1781), White Dog Publishing, Kindle edition 2010, location 247; 263.

profund interesat, care urmărește maximizarea profiturilor pe termen lung. Prin analogie cu jocul de șah, jucătorul abil cedează una sau mai multe piese, lansându-se într-o combinație ingenioasă pentru a câștiga partida. Cât despre altruism, el ține de viața privată, care nu trebuie să interfereze cu tranzacțiile economice. În plus, se mai vorbește și despre *altruismul impur*: de multe ori, facerea de bine este ea însăși o sursă de satisfacție pentru individul care, ca în orice tranzacție comercială, cedează o parte din resursele sale în schimbul unei utilități – în cazul de față utilitatea fiind bucuria provocată de un act „generos”.

În ceea ce privește raționalitatea, sigur că fiecare dintre noi am luat decizii greșite, dacă nu chiar prostești – din ignoranță, nepăsare, oboseală, neatenție, lipsă de informații etc. Dar, ne spun economiștii, piața ne corectează, ne sancționează atunci când greșim și, ca ființe raționale, suntem capabili să învățăm din greșeli, astfel încât, prin acumularea de experiență, să nu mai repetăm pe viitor aceleași greșeli.

Complexitatea produselor și serviciilor de pe piețele actuale și volumul imens de informații relevante pentru deciziile economice fac imposibil de atins idealul agentului perfect informat – chiar dacă Internetul oferă astăzi un instrument extrem de redutabil de culegere, sortare și prelucrare a datelor.

În fața contraexemplurilor empirice, economia standard se apără arătând că ea construiește modele ideale, abstracte, care elimină elementele accidentale și ne semnificative, pentru a scoate în evidență componentele și relațiile structurale esențiale, generale și necesare, ale proceselor economice. *Homo economicus* este o *ficțiune teoretică* – pe deplin asemănătoare cu numeroase alte constructe abstracte, frecvent întâlnite în științele naturii, precum noțiunile de punct material din mecanica newtoniană, gaz ideal din chimie etc. Această ficțiune teoretică este extrem de utilă pentru modelarea abstractă a proceselor macroeconomice.

Dar macroeconomia este agregarea unui număr enorm de procese care se desfășoară la nivel microeconomic, unde elementul ultim, individul uman, are o serie de atribute care îl fac imprezvizibil, cele mai importante dintre acestea fiind conștiința, subiectivitatea și liberul arbitru. Indivizi diferiți au reacții opuse față de aceleași provocări și situații (unii oameni sunt pasionați de fotbal, în vreme ce alții detestă acest sport, care pe mulți îi lasă indiferenți; în consecință, și sumele de bani pe care le cheltuiesc în această industrie fotbalistică diferă considerabil). Mai mult decât atât, unul și același individ se comportă diferit confruntat cu o anumită situație, în momente diferite (fanul turbat de fotbal renunță să vadă „marele meci” atunci când aleasa inimii sale îi cere să meargă împreună cu ea la un *fashion show*). În sfârșit, aflat în contexte diferite, unul și același individ, cu o personalitate definită și stabilă, se comportă diferit în funcție de dinamica specifică a grupurilor în care acționează (un ins prudent și chibzuit de felul lui va cheltui mai mulți bani pe „fleacuri” și își va asuma riscuri mai mari atunci când acționează în cadrul unui grup care încurajează și răsplătește cu simpatie risipa pe distracții și hiperoptimismul în asumarea de riscuri nerezonabile; invers, un ins cheluitor și amator de risc se va tempera atunci când face parte dintr-un grup de oameni cumpătați).

Agregarea unor miriade de alegeri și decizii individuale imprevizibile duce la predicții statistice și probabilistice. Dacă alegerile, deciziile și activitățile economice nu sunt afectate de intruziunea componentelor iraționale ale ființei umane, modelul economic standard funcționează și ne poate furniza explicații și predicții corecte. Dar dacă în comportamentul agentului economic factorii iraționali joacă frecvent un rol important, influențând în mod sistematic deciziile și acțiunile unui număr imens de oameni, atunci modelul standard are o problemă serioasă de inadecvare la realitatea economică pe care o descrie incomplet, iar predicțiile sale se dovedesc frecvent imprecise și lipsite de plauzibilitate. Credința neclintită în raționalitatea fără cusur a proceselor economice tinde să devină o dogmă, tot mai ferită de contestații, deoarece, după cum spune Gladwell, „am ajuns să confundăm informația cu înțelegerea. [...] Secretul unei decizii bune nu este cunoașterea, ci înțelegerea. Ne îngropăm în prima, dar ne lipsește foarte acut cea de-a doua.”⁴ Cea mai bună dovadă a acestei inadecvări sau inaderențe la realitate este fragilitatea și, câteodată, ridicolul multor diagnoze și predicții ale „experților” în economie. După cum demonstrează scriitorul Nate Silver, „nu putem face *niciodată* predicții perfect obiective. Ele vor fi *întotdeauna* alterate de punctul nostru de vedere subiectiv. [...] Neîndoielnic, trăim cu multe iluzii, de care nici măcar nu ne dăm seama.”⁵

„ECONS” & „HUMANS”

Există diferențe esențiale între *homo economicus* și imensa majoritate a oamenilor reali, care iau parte efectiv la procesele economice de pe piața reală. Acest fapt este sugestiv exprimat de către Richard Thaler și Cass Sunstein: „Dacă vă uitați prin manualele de economie, veți învăța că *homo economicus* poate să gândească precum Albert Einstein, poate să stocheze în memorie tot atâtea date ca și Big Blue al celor de IBM și să exercite puterea de voință a lui Mahatma Ghandi. Realmente. Însă oamenii pe care-i cunoaștem noi nu sunt așa. Oamenii reali au probleme să facă o împărțire mai lungă dacă nu au un calculator, uneori uită ziua de naștere a soției și sunt mahmuri după Revelion. Ei nu sunt *homo economicus*; ei sunt *homo sapiens*.”⁶ Thaler și Sunstein introduc în vocabularul economiei comportamentale distincția între *Econs* și *Humans* – Econi și Umani.

Presupunând că unii indivizi se apropie mai mult decât ceilalți de portretul hipercerebral și ultraegoist al fictivului *homo oeconomicus*, Nassim Taleb zugrăvește în influența sa carte *Lebăda neagră* imaginile contrastante ale Econului și ale ființei umane reale. Tony Grăsanul este un grobian descurcăreț, care nu dă doi bani

⁴ Malcolm Gladwell, *The Tipping Point*, Publica, București, 2008, pp. 244–245.

⁵ Nate Silver, *Semnalul și zgomotul. De ce atât de multe predicții dau greș – pe când altele reușesc*, trad. rom. Dan Crăciun, Publica, București, 2013, pp. 36–37.

⁶ Richard Thaler & Cas Sunstein, *Nudge. Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*, Yale University Press, New Haven & London, A Caravan Book, Kindle edition 2008, p. 6.

pe teorii și învățătură abstractă, dar este înfipt și întreprinzător, plin de bani și de succese sociale. Dr. John este actuar, bun la carte, tobă de teorie, plicticos și îngust la minte, dar n-a făcut mare lucru în viața lui.

Diferența dintre modurile lor de gândire iese la iveală dacă le propunem următorul joc: presupunem că avem o monedă nemăsluită și dăm cu banul de 100 de ori. De 99 de ori la rând cade pajură. Întrebare: ce șanse sunt ca la ultima aruncare să iasă cap? Bazându-se pe teoria probabilităților, dr. John va răspunde ca la carte: 50%. Tony Grăsanul va spune, în schimb, că sunt 1% șanse ca la ultima aruncare să iasă cap. De ce? Tony va presupune, cu multă perspicacitate, că presupuziția noastră potrivit căreia jucăm cu o monedă nemăsluită trebuie să fie falsă, pentru că *practic* nu are cum să iasă de 99 de ori la rând numai pajură dacă banul este „curat”. Invocând legea numerelor mari și formule matematice sofisticate, dr. John va demonstra *teoretic* că, la un număr suficient de aruncări, există o probabilitate calculabilă de a avea o serie de 99 de apariții ale aceleiași fețe, fără ca banul să fi fost măsluit, ceea ce face ca predicția sa de 50–50% să fie corectă. Numai că la 100 de aruncări legea numerelor mari nu se aplică mai deloc. Mult mai practicul, intuitivul și experimentatul Tony nu-și bate capul cu calcule și formule complicate, ci se bazează pe instinctul său de vulpoi bătrân. Exemplul imaginat de către Taleb ne sugerează că abordarea hiperraționalistă nu este neapărat formula câștigătoare în afaceri – un alt unghi de vedere care pune la îndoială credibilitatea Econului ultracerebral pe care-l au în vedere economiștii *main stream*⁷.

Pe lângă astfel de contraexemple empirice, se pot îndrepta împotriva lui *homo economicus* și argumente logice sau experimentale, mult mai convingătoare. De pildă, bogata literatură din teoria jocurilor consacrată celebrei *dileme a arestatului* demonstrează că strategia egoismului rațional, fundamentală în economia standard, nu este câtuși de puțin cea mai indicată soluție de maximizare a interesului personal.

Propusă de Luce și Raiffa (1957) și analizată în detaliu de către Rapoport (1976), *Prisoner's Dilemma* este jocul strategic cel mai intens studiat. În varianta originală, sună a roman polițist. Doi infractori sunt arestați și duși la poliție spre a fi investigați. Deși polițiștii îi bănuiesc de comiterea unei infracțiuni grave, probele pe care le dețin le permit să ceară trimiterea lor în judecată numai pentru săvârșirea unei alte infracțiuni minore. Singura șansă de a-i acuza de comiterea infracțiunii majore este aceea de a-l convinge pe unul dintre cei doi arestați să depună mărturie împotriva celuilalt. Cei doi arestați sunt complet izolați unul de celălalt, neavând nicio posibilitate de comunicare între ei. Fiecăruia dintre prezumptivii infractori – fie aceștia A și B – li se prezintă de către polițiști aceleași alternative, atât A, cât și B fiind informați că aceeași ofertă s-a făcut fiecăruia dintre ei. Dacă niciunul nu depune mărturie împotriva celuilalt, amândoi vor scăpa cu o pedeapsă ușoară, pentru comiterea infracțiunii minore (să zicem, un an de închisoare). Dacă fiecare îl acuză pe celălalt, amândoi vor fi condamnați pentru infracțiunea cea mai gravă,

⁷ Nassim Nicholas Taleb, *Lebăda neagră. Impactul foarte puțin probabilului*, Curtea Veche, București 2010, p. 157.

Însă vor primi – datorită atitudinii cooperante în timpul anchetei – o condamnare mai puțin aspră (să zicem cinci ani de închisoare). În sfârșit, dacă numai unul depune mărturie împotriva celuilalt, atunci cel care mărturisește va fi achitat, pe când acolitul său, care a păstrat tăcerea, va primi condamnarea maximă (să zicem, zece ani). Iată cum arată alternativele în figura de mai jos.

		Arestatul A	
		Tace	Vorbește
Arestatul B	Tace	A ia 1 an B ia 1 an	A scapă B ia 10 ani
	Vorbește	A ia 10 ani B scapă	A ia 5 ani B ia 5 ani

În varianta cu doi jucători, fiecare participant are de ales între competiție sau cooperare cu celălalt. Dacă ambii jucători optează pentru cooperare, ei se aleg cu un câștig moderat (în măsura în care mai puțini ani de închisoare pot reprezenta un „câștig”). Dacă ambii jucători optează pentru competiție, vor suferi o pierdere moderată. Dar dacă unul cooperează, iar celălalt concurează, atunci competitorul obține o recompensă substanțială, în vreme ce cooperatorul suferă o pierdere importantă. Puneți-vă în situația oricăruia dintre cei doi prizonieri – să zicem A. S-ar părea că indiferent ce face B, obțineți cele mai bune rezultate dacă optați pentru competiție și mărturisiți împotriva lui. În ipoteza că B își ține gura, optând să coopereze cu dvs., mărturisind împotriva lui, sunteți achitat, pe când dacă păstrați tăcerea veți fi condamnat la 1 an de închisoare. În cealaltă ipoteză, dacă B depune mărturie împotriva dvs., optând pentru competiție, aveți de ales între a tăcea, primind o condamnare de 10 ani, sau a mărturisi la rândul vostru, caz în care vă alegeți cu numai 5 ani de închisoare. Prin urmare, veți depune mărturie împotriva acolitului vostru, nu? Mai ales dacă aveți în vedere faptul că și B își face exact aceleași calcule. Dar iată în ce constă dilema: dacă mărturisiți amândoi, fiecare primește o condamnare de 5 ani. Dacă niciunul nu mărturisește, fiecare scapă cu numai 1 an de închisoare.

Dilema arestatului nu are soluție. Judecând numai din punctul de vedere al interesului egoist, care nu ține seama de interesul celuilalt, mărturisirea este singura soluție rațională pentru fiecare dintre cei doi anchetați, iar dacă fiecare se comportă rațional din perspectiva interesului propriu, amândoi vor avea de pierdut prin comparație cu ceea ce ar fi realizat prin cooperare. Iată cum urmărirea de către fiecare participant la joc doar a intereselor sale egoiste se soldează cu rezultate mai rele decât cele la care s-ar fi ajuns prin cooperare.

Este puțin probabil să ajungeți vreodată în situația celor doi prizonieri. Există însă numeroase situații din viața reală care seamănă izbitor cu dilema lor. Fiecare dintre noi își poate da seama de faptul că e mai avantajos să mergi la serviciu cu mașina proprie decât cu autobuzul, care se blochează în trafic și oricum vine destul de rar. Dar, dacă toți judecă astfel, traficul devine infernal, iar compania de transport, din cauza încasărilor reduse, nu-și poate permite să suplimenteze parcul de vehicule. Dacă toți ar merge la serviciu cu autobuzul, traficul s-ar descongiona, iar compania de transport, datorită încasărilor sporite, și-ar permite să pună în circulație mai multe vehicule, care ar veni mai des și nu ar mai fi aglomerate, astfel încât toată lumea ar ajunge la serviciu mai repede și confortabil. În astfel de dileme nu se găsesc întotdeauna numai doi indivizi. Închipuiți-vă ce se întâmplă într-un bloc cuprins de flăcări sau pe o navă care se scufundă. Toți cei aflați în pericol ar vrea să scape cât mai repede, rezezându-se spre scările de incendiu ori spre bărcile de salvare și încercând să-i dea la o parte pe toți ceilalți. Rezultatul? Mai mulți vor pieri din cauza panicii. Mai multe vieți ar fi salvate dacă oamenii s-ar îndrepta în ordine spre scări sau spre bărcile de salvare. Similar, două țări angajate într-o cursă a înarmărilor ar avea mai mult de câștigat dacă, oprind această cursă, ar cheltui mai puține resurse pentru producerea și întreținerea unor arme de distrugere în masă, dar niciuna nu face primul pas, întrucât nu vrea să rămână în urma celeilalte, devenind astfel vulnerabilă.

Și alte jocuri experimentale, inspirate de *Prisoner's Dilemma*, demonstrează diferențe semnificative între modelul decizional perfect rațional al lui *homo economicus* și modul imperfect, în parte irațional, în care iau decizii oamenii reali. Unul dintre aceste jocuri se numește *Ultimatum*. Cei doi jucători – să-i notăm cu A și B – nu se cunosc și nu se vor întâlni, cu siguranță, niciodată; presupunem că jocul se desfășoară pe Internet. Arbitrul oferă lui B o sumă de bani – să zicem 100 de lei. B trebuie să împartă această sumă cu A, așa cum dorește: 50–50, 80–20, 99–1 etc. Odată ce B a împărțit suma inițială, jucătorul A poate să accepte oferta lui B – și, în acest caz, fiecare va primi suma stabilită de B – ori să o respingă – și, în acest caz, banii se reîntorc la arbitru, niciunul dintre jucători nemaiprimind nimic. Judecând din perspectiva hiperegoist-rațională a lui *homo economicus*, B ar trebui să-și atribuie cât mai mult din suma inițială, urmărind să-și maximizeze profitul, în vreme ce A, oricât de inechitabilă ar fi împărțirea banilor propusă de către B, ar trebui să accepte oferta lui, deoarece un câștig, oricât de mic, e mai bun decât nimic. Puși să joace acest joc, o majoritate semnificativă de indivizi resping, totuși, ofertele excesiv de disproporționate, din dorința de a-l pedepsi pe jucătorul excesiv de egoist. Pe de altă parte, jucătorii reali anticipează acest gen de reacție punitivă și se feresc să facă propuneri ostentativ dezechilibrate, astfel încât majoritatea propun formule de genul 20–80, 25–75 sau chiar 40–60, oferind un exemplu clar de interes rațional sau „egoism luminat”: nu din altruism sau spirit de echitate lasă partenerului o sumă ceva mai substanțială, ci din calcul interesat. Esențial este însă faptul că sunt luați în calcul și factori psihologici care nu au nimic de-a face cu logica rece a tranzacțiilor strict raționale din perspectiva unui Econ.

Dan Ariely a scos în evidență importanța factorilor psihologici iraționali realizând câteva versiuni ale jocului Ultimatum. În prima versiune, un prim grup de jucători au vizionat înainte de joc un videoclip din filmul *Viața ca o casă*, unde Kevin Kline, jucând rolul unui arhitect care a fost concediat de firma la care lucra, își distruge, într-un acces de furie, machetele construcțiilor proiectate pentru firmă (scenariul „revolta”). Un al doilea grup de jucători au vizionat un videoclip amuzant din serialul *Friends* (scenariul „veselia”). Reacția de respingere sau de acceptare a ofertei jucătorului B (acesta fiind, de fapt, experimentatorul) a fost clar influențată de starea de spirit indusă de încărcătura emoțională a clipului vizionat: jucătorii „revoltați” au respins mai multe oferte, considerate inechitabile, pe când jucătorii „veseli” au fost mult mai toleranți.

În a doua versiune a experimentului, între vizionarea celor două videoclipuri și jocul propriu-zis, a survenit o pauză, în care participanții au rezolvat alte sarcini, astfel încât efectul emoțional indus de clipuri s-a diminuat până la dispariție. Totuși, polarizarea opțiunilor a persistat, fapt de natură să evidențieze structurarea unui pattern decizional stabil.

În sfârșit, în cea de-a treia versiune a experimentului, participanții au jucat de două ori, prima dată în poziția primitorului A, a doua oară în poziția ofertantului B. Jucătorii „revoltați”, presupunând că primitorul A este la fel de intransigent și revanșard ca și ei, au făcut oferte mult mai generoase, mai echitabile, pe când jucătorii „veseli”, presupunând că partenerul necunoscut este la fel de tolerant și concesiv pe cât au fost și ei, au făcut oferte la fel de inechitabile ca și cele pe care le-au primit ei înșiși în prima rundă a jocului.

Dispute aprinse a stârnit o altă variantă de joc, numită *Dictator*. Din nou, se împarte o mică sumă de bani între doi oameni – să-i numim D (dictatorul) și S (supusul). De această dată însă, doar unul dintre cei doi are șansa de a lua o decizie – de aici și denumirea jocului: „dictatorul” este singurul care contează. Experimentul original decurge în felul următor: D primește 20 de dolari și i se spune că poate să împartă banii cu S în numai două feluri: a) *fifty-fifty*, ambii jucători primind 10 dolari; b) D păstrează 18 dolari, S primește 2 dolari.

Ca joc bazat pe o singură încercare, care implică doi participanți anonimi, pare să evite toți factorii care determină altruismul din lumea reală: generozitatea nu poate fi răsplătită, nici egoismul nu poate fi pedepsit, iar anonimatul elimină orice posibile resentimente personale ale primitorului față de donator. 75% dintre americani au ales soluția *fifty-fifty*, ceea ce i-a făcut pe unii economiști și psihologi cu vederi stângiste să exulte, apreciind că *homo economicus* din teoria economică trebuie substituit în lumea reală cu *homo altruisticus* (Probabil că entuziasmul lor s-ar fi temperat considerabil dacă experimentul ar fi avut loc în România.). Evident, înlocuirea unei ficțiuni cu alta, la fel de nerealistă, nu poate fi câtuși de puțin o soluție de natură să perfecționeze acuratețea descriptivă și predictivă a teoriei economice. John List a efectuat la rândul său mai multe experimente inspirate de jocul Dictator, încercând să introducă o serie de noi variabile, de natură să facă jocul mai apropiat de tranzacțiile din lumea reală. Experimentele sale au

demonstrat că indivizii reali nu sunt câtuși de puțin majoritar altruști – după cum nu sunt nici pe departe atât de egoiști, pe cât susține economia rațională. Nu cauza (pierdută, spunem noi) a altruismului ne interesează în context, ci faptul că, spre deosebire de calculele seci ale Econilor, deciziile tranzacționale ale Umanilor sunt influențate de factori iraționali. Iată, pe scurt, variantele de Dictator experimentate de către John List.

În prima variantă, D primea o sumă de bani *cash* și trebuia să decidă dacă: a) nu-i dă lui S nimic; b) îi dă lui S niște bani; c) îi cedează lui S întreaga sumă. Rezultatele au arătat că 70% dintre cei care jucau rolul D i-au dat lui S ceva bani, donația medie fiind de 25% din total – rezultate concordante cu cele obținute în jocul Ultimatum clasic.

A doua variantă păstra opțiunile de mai sus, dar, în plus, D putea să-i și ia lui S 1 dolar. Opțiunea suplimentară nu ar fi trebuit să-i influențeze pe „altruști”, ci numai pe cei mai zgârciți și meschini dintre jucători. Rezultatele s-au modificat însă dramatic: numai 35% din jucătorii în poziția D i-au dat lui S ceva bani (jumătate față de varianta inițială); 45% nu au oferit niciun bănuț, iar 20% i-au luat un dolar lui S. Ce se întâmplase cu altruismul?

În a treia versiune, lui D i s-a spus că S primise și el aceeași sumă de bani, iar opțiunile erau acum: a) să fure ceva din banii lui S; b) să fure toți banii lui S; c) să-i dea lui S oricât dorea din proprii săi bani. Doar 10% dintre jucătorii D au dat ceva lui S, pe când peste 50% dintre jucătorii D au luat bani de la S și 40% i-au luat lui S toți banii! Un grup de altruști devenise subit și destul de ușor o bandă de hoți!

A patra versiune este cea mai semnificativă. Opțiunile au rămas aceleași din varianta precedentă, cu o deosebire esențială: D și S nu mai primeau niște bani de-a gata, ci mai întâi trebuiau să muncească pentru ei: întâi munca și pe urmă plicul cu bani. Acum numai 28% dintre jucătorii D au luat bani de la S. Două treimi dintre „dictatori” nici nu au dat, nici nu au luat vreun ban. Aceasta sugera că, atunci când o persoană obține niște bani în mod onest și crede că o altă persoană a procedat la fel, nu renunță la ceea ce a câștigat prin muncă și nici nu ia ceea ce nu-i aparține.

JOCURI, EXPERIMENTE ȘI VIAȚA REALĂ

Confrunțați cu astfel de jocuri experimentale, economiștii de catedră încearcă să submineze și să minimalizeze relevanța lor cu contraargumente de genul următor: toate sunt situații artificiale, de laborator; toate sunt anomalii constatate în jocuri pe mize mici – atunci când oamenii au de jucat pe mize mari nu comit erori logice; pe piața de capital și, în general, când e vorba de bani mulți vigilența investitorilor este maximă; amatorii mai comit și greșeli, dar investitorii profesioniști nu; chiar dacă și unii investitori calificați comit erori, arbitrajul pieței („mâna invizibilă”) corectează erorile lor izolate la nivel de ansamblu al pieței, eliminând din joc investitorii proști și selectându-i pe cei mai raționali. Aceste obiecții sunt, până la

un punct, pertinente și ele trebuie avute în vedere: procesele și tranzacțiile economice din viața reală sunt mult mai complexe decât niște situații decizionale artificiale simplificate, realizate în condiții septice de laborator.

Paradoxal este însă faptul că tocmai acesta este reproșul fundamental pe care îl face economia comportamentală teoriilor economice standard: lucrând cu ficțiunea, la fel de simplistă și de artificială a lui *homo economicus*, economia raționalistă ignoră într-o măsură inacceptabilă caracteristici esențiale ale agenților economici concreți angrenați în tranzacții și decizii din viața economică reală, arătând cum *ar trebui* să se comporte indivizii dacă nu ar fi ceea ce sunt – oameni vii, în carne și oase –, ci niște Econi hipercerebrali și implacabil egoiști. Iar dacă anomaliile comportamentale și deciziile iraționale scoase la iveală de experimentele din laboratoarele de psihologie se regăsesc în proporții semnificative în procesele economice reale, atunci obiecțiile economiștilor de catedră își pierd mare parte din relevanță.

Or, economia comportamentală nu se bazează numai și nici măcar în primul rând pe asemenea jocuri experimentale de laborator; argumentele sale cele mai solide sunt bazate pe observarea și analiza unui mare număr de situații și procese economice reale (cvasiexperimente), în care se observă în mod constant abateri comportamentale ale subiecților implicați față de normele de raționalitate economică recomandate de teoriile standard.

În știința economică, prețul este considerat drept cea mai importantă informație obiectivă despre valoarea de schimb a mărfurilor. În viața reală însă, prețul poate fi și chiar este de multe ori un subtil instrument de manipulare sau de confuzie, de natură să influențeze considerabil alegerile și deciziile noastre. Într-un experiment frecvent menționat, subiecților li se dau niște pretinse analgezice, toate pastilele neconținând altceva decât zahăr. Unui grup de subiecți li se spune că medicamentul pe care-l iau costă 2,50 dolari pastila; subiecților din al doilea grup li se spune că pastila costă numai 10 cenți. Rezultatul? Nu mai puțin decât 81% dintre participanții care au primit medicamentul scump declară că durerea de cap li s-a atenuat, în vreme ce numai 50% dintre participanții serviți cu medicamentul ieftin au simțit același efect. Într-un experiment similar, unui subiect i se dă să guste un pahar de vin, turnat – i se spune – dintr-o sticlă care costă 90 de dolari. Pe urmă i se mai toarnă un pahar dintr-o sticlă de numai 10 dolari. Majoritatea subiecților au apreciat că vinul de 90 de dolari sticla a fost de două ori mai bun decât cel din sticla mai ieftină. În realitate, ambele pahare au fost turnate din aceeași sticlă, iar oamenii s-au lăsat păcăliți de preț!⁸

Se poate obiecta că acestea sunt doar niște experimente de laborator, irelevante în viața reală. Dar iată cum se regăsește același mecanism deformativ într-o situație cât se poate de reală, descrisă de către Robert Cialdini – maestrul necontestat al teoriilor psihologice despre mecanismele persuasiunii. Proprietara unui magazin de artizanat i-a cerut lui Cialdini să îi explice următorul fenomen bizar. O vreme, a

⁸ James Montier, *Minighid de comportament investițional. Cum să nu-ți fii cel mai mare dușman*, Publica, București, 2012, pp.150–151.

avut de vânzare o colecție de turcoaze, oferite la un preț accesibil. Cu toate acestea, vânzările au fost foarte proaste. Turiștii nu se înghesuiau deloc să le cumpere. Toate încercările patroanei de a spori vânzările (prezentare vizibilă, oferte promoționale etc.) au fost inutile. Exasperată, înainte de a pleca într-o scurtă călătorie de afaceri, proprietara magazinului i-a scris vânzătoarei un bilețel, în care îi cerea să modifice prețul turcoazelor: „Tot ce se află în această vitrină se va vinde la $X \frac{1}{2}$ din preț”. Patroana era hotărâtă să scape o dată de păguboasele turcoaze, chiar dacă le-ar fi vândut în pierdere. Când s-a întors, a constatat cu satisfacție că turcoazele se vânduseră foarte bine. Mirarea doamnei a fost stârnită, însă, de următorul fapt, greu de înțeles la prima vedere. Vânzătoarea nu citise corect bilețul patroanei, ci înțelesese că trebuie să dubleze prețul turcoazelor!

Explicația oferită de către Cialdini face trimitere la teoria lui despre automatismele comportamentale. „Clienții, cei mai mulți oameni cu dare de mână aflați în vacanță, având puține cunoștințe despre turcoaze, au folosit un principiu standard – un stereotip – pentru a-i ghida la cumpărături: «scump = bun».” Astfel, turiștii care doreau bijuterii „bune” au considerat piesele cu turcoaze ca fiind în mod sigur mai valoroase și mai de dorit decât altele, deși nimic nu se schimbase, cu excepția prețului. Prețul în sine a devenit o caracteristică declanșatoare, semnalând calitatea; și doar o creștere spectaculoasă a prețului a condus la o creștere spectaculoasă a vânzărilor printre cumpărătorii avizi de calitate⁹.

Cialdini citează și un exemplu de exploatare deliberată a regulii „scump = bun”. Frații Drubeck, Sid și Harry, aveau, prin anii 1930, o croitorie bărbătească într-un oraș american. Ori de câte ori vreun client se arăta interesat de un costum de haine, Sid se prefăcea că nu aude prea bine, cerându-i clientului să vorbească mai tare. De îndată ce clientul întreba de prețul costumului, Sid îl striga pe Harry, care se afla în camera din spate: „Harry, cât costă acest costum?” Exagerând prețul, Harry îi răspundea cu voce tare: „Pentru costumul acela superb de lână pură, 42 de dolari”. Prefăcându-se că nu auzit, Sid întreba din nou, cu mâna pâlnie la ureche: „Cât ai spus?”, după care se întorcea spre client: „Spune că 22 de dolari”. Majoritatea clienților se grăbeau să cumpere costumul și să o șteargă din magazin, încântați de chilipir, înainte ca bietul Sid să descopere „greșeala”.

Avem aici un exemplu de șmecherie destul de grosolană, care aduce mai degrabă a escrocherie. În cele ce urmează, ne vom referi, însă, la unele tehnici de manipulare subtilă, caracterizate prin faptul că „victima” nu conștientizează trucurile prin care a fost păcălită, ci rămâne, adesea, cu sentimentul că a ieșit chiar în avantaj acceptând cererea, propunerea sau rugămintea venită din partea agentului de influență. Și toate aceste trucuri se bazează, mai mult sau mai puțin, pe vulnerabilitatea schemelor fixe de comportament, pe care le punem orbește în funcțiune, de îndată ce un cunoscător al tehnicilor de complianță emite către noi semnalele declanșatoare potrivite.

⁹ Robert Cialdini, *Psihologia persuasiunii*, Business Tech, București, 2004, p. 22.

Dan Ariely analizează și un alt exemplu de reacție emoțională, care ne face pe cei mai mulți dintre noi să luăm decizii iraționale din perspectiva unui Econ. Se știe că oamenii manifestă empatie față de cazuri singulare, dar rămân indiferenți și pasivi în fața unor fenomene mult mai teribile, manifestate însă la scară statistică. Se citează frecvent butada atribuită lui I.V. Stalin: „Moartea unui om este o tragedie; moartea unui milion de oameni este statistică”. Cu toate enormele diferențe care o separă de cruntul dictator sovietic, Maica Tereza spune și ea același lucru: „Dacă mă uit la mase, n-o să acționez. Dacă mă uit la un singur om, o voi face.” Într-un experiment, participanții au primit câte 5 dolari ca să completeze niște chestionare. Când au primit banii, li s-au dat informații despre penuria de hrană din țările subdezvoltate și au fost întrebați cât din cei 5 dolari ar fi dispuși să doneze pentru combaterea crizei alimentare. Un grup a primit informații statistice, în care se menționau câte milioane de oameni suferă de foame în țări precum Malawi, Zambia, Angola sau Etiopia. Al doilea grup a primit un mesaj despre situația disperată a unei fetețe din Malawi, pe nume Rokia, însoțit de o poză a copilului aproape mort de foame. În virtutea a ceea ce psihologii numesc „efectul victimei identificabile”, donația medie a participanților din primul grup (cel statistic) a fost de 23% din câștigul lor, pe când donația medie a subiecților din cel de-al doilea grup (cel personalizat) a fost dublă: 48%.

Thomas Schelling, laureat al Premiului Nobel pentru Economie, descrie astfel diferența dintre viața individuală și cea statistică:

Anunțați că o fetiță de 6 ani, cu păr castaniu, are nevoie de mii de dolari pentru o operație care să-i prelungească viața, înainte de Crăciun, și oficiul poștal se va prăbuși sub sacii de bani destinați salvării ei. Dar anunțați că fără un impozit pe consum, facilitățile spitalicești din Massachusetts se vor deteriora și că va avea loc o creștere a numărului de decese care puteau fi prevenite – nu mulți vor vărsa o lacrimă sau vor fi dispuși să-și deschidă punga¹⁰.

Încă o dată, ceea ce demonstrează experimentele se redescoperă în viața reală și nu fără urmări importante. Șocul emoțional al unor imagini de mare impact stârnește adeseori valuri de compasiune, care determină o alocare irațională a resurselor. De exemplu, acum câțiva ani, o cățelușă terrier, pe nume Forgea, a petrecut trei săptămâni singură pe un petrolier aflat în derivă în Pacific, după ce echipajul a abandonat nava. Desigur, cățelușă nu merita să moară, dar ne putem întreba dacă, având în vedere numărul imens de oameni distruși de mizerie, viața ei merita o misiune de salvare de 25 de zile, care a costat 48.000 de dolari din banii contribuabililor – o sumă care ar fi putut fi folosită pentru salvarea unor oameni aflați în nevoie. Ceva asemănător s-a petrecut, dar la o scară mult mai mare, după dezastrul scurgerilor de petrol provocate de naufragiul petrolierului Exxon Valdez. Suma estimată pentru curățarea de petrol și îngrijirea unei singure păsări a fost de circa 32.000 de dolari, iar pentru fiecare focă de circa 80.000 de dolari. După cum

¹⁰ Cf. Dan Ariely, *Iraționalitatea benefică*, Publica, București, 2011, p. 263.

comentează Dan Ariely, „desigur, e dureros să vezi suferind un câine, o pasăre sau o focă. Dar are sens să cheltuiești atât de mult pentru un animal, consumând astfel resurse utile unor scopuri precum vaccinarea, educația și asistența medicală? Doar pentru că ne emoționează mai mult cazurile spectaculoase ale suferinței nu înseamnă că această tendință ne ajută întotdeauna să luăm decizii mai bune – chiar și atunci când vrem să oferim ajutor”¹¹.

Economia comportamentală a început să fie luată mult mai în serios după crahul financiar din 2008, care a demonstrat că piața în general, piețele de capital în special, nu sunt nici pe departe atât de raționale pe cât s-a presupus și că „știința” economiștilor de catedră, a marilor experți în materie de strategii investiționale și a celor mai reputați guru în materie de management și speculații bursiere nu este chiar atât de exactă și mai deloc infailibilă. Faptul că un număr mic de experți au avertizat în legătură cu posibilitatea sau chiar iminența crizei nu diferă – în ceea ce privește rigoarea predictivă – de anticipațiile norocoase ale câtorva astrologi care, din când în când, prezic evenimente reale, pe care nu le-au ghicit toți ceilalți, mai puțin norocoși.

După cum arată Daniel Kahneman, este un abuz de limbaj a spune că unii experți, în frunte cu Roubini, *au știut* dinainte că urmează o criză financiară globală. Câțiva economiști *au crezut* că fenomenul este iminent, în vreme ce nenumărați alți experți, la fel de inteligenți și de bine pregătiți, utilizând același aparat conceptual și bazându-se pe aceleași date, au susținut, dimpotrivă, că stabilitatea financiară a lumii nu este amenințată în viitorul imediat. Numai după ce fenomenul s-a produs, din masa considerabilă de previziuni concurente s-a putut ști cu adevărat cine a avut dreptate și cine s-a înșelat. „Testul decisiv al unei explicații este dacă ea ar fi făcut evenimentul predictibil în avans”¹². Acum au loc dispute în ceea ce privește viitorul monedei Euro; unii experți anunță cu multă siguranță sfârșitul iminent al monedei unice europene în următorii ani, pe când adversarii lor susțin viabilitatea ei. Argumentele pro și contra se încrucișează și se anulează reciproc, urmând ca evoluția fenomenelor economice – dar și politice, sociale, culturale, geostrategice etc. – să confirme una dintre teze și să o infirme pe cealaltă. Nici în ceea ce privește strategiile de depășire a crizei economiștii de diferite orientări nu sunt de acord. Soluțiile alternative și, de multe ori, incompatibile sunt recomandate cu diferite argumente și cu destul patos, dar numai desfășurarea efectivă a evenimentelor va fi de natură să dea măsura realismului și eficienței ofertelor strategice concurente.

Nimic nu poate exprima mai bine sentimentul de derută și dezamăgire în rândul adeptilor convinși ai economiei standard decât mărturisirea șocantă a lui Alan Greenspan, fostul Președinte al Rezervei Federale a SUA, un susținător implacabil al ortodoxiei liberalismului economic profesat de Școala de la Chicago:

¹¹ Dan Ariely, *Irațional în mod previzibil*, ed. cit., p. 267.

¹² Daniel Kahneman, *Gândirea rapidă, gândirea lentă*, trad. rom. Dan Crăciun, Publica, București, 2012, p. 309.

... în fapt, poate fi primejdios să ne bazăm doar pe teoria economică standard, ca principiu călăuzitor pentru consolidarea piețelor și a instituțiilor. A devenit tragic de limpede că greșelile pe care le facem cu toții nu sunt nicidecum un rod al hazardului, ci fac parte integrantă din condiția umană. Mai rău, erorile noastre de discernământ se pot aduna la un loc pe piață, declanșând derularea unui scenariu în care, cam cum se întâmplă în cazul unui cutremur, nimeni n-are nici cea mai vagă idee ce se petrece (Al Roth, un economist de la Harvard și unul dintre cei mai deștepți oameni pe care-i cunosc, a sintetizat această chestiune spunând: „În teorie, nu e nici o diferență între teorie și practică, dar, în practică, există o sumedenie de diferențe”.¹³).

Aflată încă într-un stadiu incipient, economia comportamentală nu-și propune să respingă de plano economia rațională standard, pentru a fi o alternativă care s-o înlocuiască. Nu este nicio încercare de discreditare totală a raționalității piețelor sau a agentului economic, pentru a promova o viziune iraționalistă a haosului incoerent și ininteligibil care guvernează procesele economice de pe piețe și procesele psihologice din capul oamenilor. Este numai o încercare de lărgire și de nuanțare a cadrelor conceptuale menite să ne ofere o înțelegere cât mai adecvată a proceselor economice, asimilând o serie de fenomene mult timp ignorate sau subestimate în teoriile economice standard, fenomene care nu-i sunt specifice lui *homo economicus*, dar care intervin extrem de frecvent și cu consecințe importante în alegerile și deciziile oamenilor concreți, implicați în economia de piață. Iar miza fundamentală a economiei comportamentale nu este să ne convingă de faptul că actele noastre iraționale și erorile decizionale care decurg din ele sunt inevitabile și de neînfrânt, ci, dimpotrivă, să ne ajute să înțelegem cauzele și mecanismele acestor erori sistematice, pentru a lua decizii mai raționale și soluții mai eficiente. Altfel spus, o mai profundă înțelegere a Umanilor ne poate fi de folos pentru a ne apropia cât mai mult de luciditatea și rigoarea decizională a unui Econ.

BIBLIOGRAFIE

- Ariely, Dan, *Irațional în mod previzibil. Forțele ascunse care ne influențează deciziile*, 2010, Publica, București.
- Ariely, Dan, 2011, *Iraționalitatea benefică*, Publica, București.
- Bentham, Jeremy, *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation* (1781), 2010, White Dog Publishing, Kindle edition.
- Cialdini, Robert B., 2004, *Psihologia persuasiunii*, Business Tech, București.
- Gladwell, Malcolm, 2008, *The Tipping Point*, Publica, București.
- Gladwell, Malcolm, 2009, *Excepționalii. Povestea succesului*, Publica, București.
- Kahneman, Daniel, 2012, *Gândirea rapidă, gândirea lentă*, trad. rom. Dan Crăciun, Publica, București.
- Montier, James, 2012, *Minighid de comportament investițional. Cum să nu-ți fii cel mai mare dușman*, Publica, București.
- Silver, Nate, 2013, *Semnalul și zgomotul. De ce atât de multe predicții dau greș – pe când altele reușesc*, trad. rom. Dan Crăciun, Publica, București.
- Smith, Adam, *Avuția națiunilor* (1776), ediție prescurtată, 2011, Publica, București.
- Taleb, Nassim Nicholas, 2010, *Lebăda neagră. Impactul foarte puțin probabilului*, Curtea Veche, București.
- Thaler, Richard H. & Cass R. Sunstein, 2008, *Nudge. Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*, Yale University Press, New Haven & London, A Caravan Book, Kindle edition.

¹³ Cf. Ariely, *op. cit.*, p. 18.