От Ричарда:

Грегу (а также Олив, Джулии и Алексе),

Мэгги (а также Эрику, Хэлли и Эйдану)

и Джесси (а также Эвану, Афине и Фениксу)

От Алекса:

Моим родителям, Доре и Шулиму Имас, которые дали мне все, и моей сестре Полине Имас.

Моей удивительной жене Айслинн Борен — терпеливой, доброй и неизменно готовой дать самый лучший совет.

Моим замечательным мальчишкам Солу и Орану Имас.

Моему научному руководителю Ури Гнизи и почетному наставнику Джорджу Лёвенштейну, без которых вся моя академическая карьера была бы невозможна

THE WINNER'S CURSE

Anomalies in behavioral economics

Richard H. Thaler, Alex O. Imas

SIMON & SCHUSTER

New York Amsterdam/Antwerp Toronto
London Sydney/Melbourne New Delhi

РИЧАРД ТАЛЕР
АЛЕКС ИМАС

ПРОКЛЯТИЕ ПОБЕДИТЕЛЯ

АНОМАЛИИ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ, **или** ПОЧЕМУ МЫ СОВЕРШАЕМ ОДНИ И ТЕ ЖЕ ОШИБКИ

АНО
АЛЬПИНА НОН-ФИКШН
Москва
2027

УДК 330.16
ББК 65.011
Т16

Переводчик Ольга Чуева
Редактор Роза Пискотина

Талер Р.

Т16 Проклятие победителя: Аномалии поведенческой экономики, или Почему мы совершаем одни и те же ошибки / Ричард Талер, Алекс Имас ; Пер. с англ. — М. : Альпина нон-фикшн, 2027. — 416 с.

ISBN 978-5-00272-014-9

Поведенческая экономика перевернула наши представления о мире финансов, доказав, что люди — не рациональны, а их решениями управляют эмоции, привычки и когнитивные искажения. Но почему мы до сих пор совершаем одни и те же логические ошибки, даже зная о них? Нобелевский лауреат Ричард Талер и известный экономист Алекс Имас представляют масштабное обновление классического труда этой молодой науки. Книга построена в формате «тогда и сейчас»: каждая глава начинается с оригинальной аномалии, а затем, переходя к настоящему времени, авторы проверяют, как она эволюционировала и выстояла под натиском времени.

Оказывается, человеческие странности никуда не исчезли. Авторы наглядно показывают, что от нерационального поведения не застрахован никто. Что заставляет звезд гольфа совершать ошибки на миллионных турнирах, а опытных портфельных менеджеров — неверно выбирать акции для продажи? Какова цена победы на аукционе по аренде нефтеносного участка? Почему мы годами переплачиваем за неоптимальные страховки, не готовы вовремя сменить тарифный план за услуги, не способны с умом откладывать деньги на пенсию? Демонстрируя действие классических парадоксов в наши дни, Талер и Имас предлагают способы обходить ментальные ловушки, в очередной раз подтверждая неразрывную связь экономики с социальными науками и психологией.

УДК 330.16
ББК 65.011

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в интернете и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru.

© Richard H. Thaler, 1994
Revised and updated edition copyright
© Richard H. Thaler and Alex O. Imas, 2025
All rights reserved.
© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина нон-фикшн», 2027

ISBN 978-5-00272-014-9 (рус.)
ISBN 978-1-9821-6511-6 (англ.)

Оглавление

Предисловие ... 7

Глава 1. Проклятие победителя ... **29**

Глава 2. Сотрудничество ... **61**

Глава 3. Игра «Ультиматум» ... **86**

Глава 4. Эффект владения, неприятие потерь и стремление к сохранению статус-кво ... **111**

Глава 5. Введение в психологию принятия рискованных решений ... **140**

Глава 6. Осторожнее с понятием неприятия риска ... **159**

Глава 7. Выбор между «сейчас» и «потом» ... **195**

Глава 8. Сбережения, взаимозаменяемость и ментальные счета ... **229**

Глава 9. Инверсия предпочтений ... **268**

Глава 10. Максимизация полезности ... **286**

Глава 11. Краткое отступление о гипотезе эффективного рынка ... **313**

Глава 12. Закон единой цены ... **321**

Эпилог ... **347**

Благодарности ... **371**

Примечания ... **373**

Библиография ... **387**

Предметно-именной указатель ... **412**

Предисловие

От авторов

Часть 1. От Ричарда Талера

История этой книги начинается в 1986 году. Отовсюду слышались хиты Brothers in Arms группы Dire Straits и Born in the U.S.A. Брюса Спрингстина. Рональд Рейган был президентом США и проталкивал через Конгресс масштабную налоговую реформу. Аргентина выиграла чемпионат мира по футболу с помощью «руки Бога», а «Чикаго Беарз» взяли Супербоул. Гэри Беккер возглавлял Американскую экономическую ассоциацию.

Сам я к тому моменту уже лет десять был увлечен одной рискованной профессиональной авантюрой. Меня все больше не устраивал привычный подход к экономике, и я убедился в том, что эту дисциплину можно обогатить идеями из других социальных наук — прежде всего из психологии. Но одно дело — иметь такое убеждение, а другое — придумать, как убедить в нем коллег-экономистов. Никакой проторенной карьерной дорожки тут не было. Когда

я начинал, я и сам не был уверен, что смогу прокормиться, разрабатывая эту идею.

Но, к моему удивлению, решение заняться исследованиями в области, которую впоследствии назовут поведенческой экономикой, обернулось большим успехом, чем я мог себе представить. Мне не только удалось получить академическую должность в Школе бизнеса Корнеллского университета — незадолго до того я получил пожизненный контракт и как раз вернулся после чрезвычайно продуктивного года, проведенного в Ванкувере, Британская Колумбия, где гостил у своего друга и наставника Дэниэля Канемана. Однажды Дэнни (он настаивал, чтобы все называли его именно так) в задумчивости обронил, что в академической среде есть возраст, после которого человека уже не назовешь «перспективным». Без всякой задней мысли он предположил, что это примерно около сорока, мне же в тот момент было тридцать девять. Время задуматься о том, как будет выглядеть «постперспективный» этап моей карьеры, явно наступило.

Случилось так, что в том же году я обедал с приятелем-экономистом Хэлом Вэрианом. Хэл рассказал, что вошел в редколлегию нового академического журнала под названием *Journal of Economic Perspectives* (*JEP*), который начинала издавать Американская экономическая ассоциация (American Economic Association, AEA). Профессия экономиста становилась все более узкоспециализированной — до такой степени, что специалисту из одной области (допустим, экономики труда) было непросто разобраться в работах из других (таких как макроэкономика или финансы). Статьи в *JEP* предполагалось писать так, чтобы их мог понять любой экономист — даже студент бакалавриата по экономике. Главным редактором назначили Джозефа Стиглица, соредактором — Карла Шапиро (оба — звезды первой величины),

а истинно гениальным ходом было пригласить ответственным редактором Тимоти Тейлора. Именно Тиму предстояло помогать экономистам превращать черновики в удобочитаемую прозу. К счастью для журнала и для профессии, у Тима это получалось превосходно — и он остается на этом посту по сей день. Помимо Хэла Вэриана, ведущего теоретика (который позднее стал главным экономистом Google и оставался в этой должности до недавнего времени), в редколлегию входили и другие светила: Пол Кругман, Ларри Саммерс, Джанет Йеллен.

Хэл рассказал, что в журнале подумывают о постоянных рубриках в каждом номере. Удивительно изобретательный экономист из Йеля Барри Нейлбафф согласился вести рубрику с задачками и головоломками — для экономического издания, прямо скажем, материал необычный! В какой-то момент посреди обеда у нас родилась еще одна идея — рубрика об экономических аномалиях, то есть об эмпирических наблюдениях, которые не укладываются в стандартную экономическую теорию. Я сказал Хэлу, что почти наверняка наберу как минимум десяток таких сюжетов. Он продал идею Джо и остальной редколлегии — и я тут же поспешил приступить к работе. Правда, куда меня это приведет, было решительно непонятно.

Несмотря на звездный состав редколлегии, будущее журнала выглядело неопределенным. Кто захочет писать статьи в такое издание и как их будут принимать? Еще до того, как мое участие в проекте стало известно широкому кругу, я случайно услышал, как один из старших коллег в Корнелле обронил, что статьи в этом журнале «не в счет». Меня так и подмывало уточнить: а кто, собственно, ведет счет — и что именно он считает? Умение писать понятным языком — не самый востребованный навык в академической

экономике, так что это был очередной рискованный шаг в карьере. И все же пожизненный контракт на то и существует, чтобы можно было рисковать, а вести колонку — дело увлекательное — и это мой главный критерий, когда я решаю, браться за что-то или нет (включая эту книгу).

Мы никогда не узнаем, что подразумевал мой коллега из Корнеллского университета, заявляя, что статьи в *Journal of Economic Perspectives* «не в счет», — но задним числом можно с уверенностью сказать: по одному важному показателю эти статьи набрали немало очков. По охвату аудитории. Уже в самом начале, когда ни о каких вирусных публикациях в интернете и речи не шло, AEA провела опрос среди своих членов, и половина из них (а это тысячи людей) сообщила, что читает мои «Аномалии» «регулярно». Цифра ошеломляющая. Для большинства академических статей хорошо, если читательская аудитория достигает хотя бы трехзначных показателей.

Чтобы дать определение аномалии, в первой же колонке я предложил следующее описание: «Экономика отличается от прочих социальных наук убеждением, что поведение агентов по большей части (целиком?) можно объяснить, исходя из того, что они обладают устойчивыми, четко определенными предпочтениями и делают рациональный выбор, согласующийся с этими предпочтениями, на рынках, которые (в итоге) приходят в равновесие. Эмпирический результат аномален, если его трудно “рационализировать” или если для его объяснения в рамках данной парадигмы приходится прибегать к неправдоподобным допущениям»[1].

Помимо рациональности, еще один постулат экономической теории заключается в том, что «агенты» (так экономисты называют тех, кого все остальные называют «людьми») эгоистичны, то есть их прежде всего интересует

выгода — денежная или иная — для себя или, возможно, для близких друзей и (некоторых) членов семьи.

Журнал выходил четыре раза в год, а значит, мне приходилось писать новую колонку ежеквартально. Казалось бы, немного — но это были не газетные эссе, а скорее короткие научные статьи. Обычно около десяти журнальных полос. В каждой колонке требовалось обосновать, почему приведенные факты свидетельствуют о критической проверке стандартной теории и, следовательно, они аномальны, — а затем прокомментировать, что из этого следует. Для того чтобы проверка считалась критической, ее результат нельзя было (легко) объяснить, не подвергая сомнению обычные положения экономической теории. Помогло то, что для многих статей я смог привлечь соавторов — включая Дэнни Канемана и Амоса Тверски (по отдельности), а также коллег-экономистов, которым еще предстояло внести крупный вклад в новую на тот момент область: Колина Кэмерера, Оуэна Ламонта, Джорджа Лёвенштейна, Андрея Шлейфера и других. Темы рассматривались самые разные — от лабораторных экспериментов о том, как люди реагируют на риск или на выбор между «сейчас» и «потом», до механизмов конкретных рынков. Общим у всех колонок было одно: описанные в них аномалии были важны для экономики. Отклонения от стандартной «рациональной» модели не были мелочами, недостойными внимания; в некоторых случаях нарушались ключевые эмпирические предсказания (вроде универсального безбилетничества — см. главу 2), в других — ложными оказывались базовые допущения самих моделей — как в случае с теорией ожидаемой полезности (глава 5). Так что, хотя не все соглашались с колонками, но благодаря им во всей области экономических знаний развернулась широкая дискуссия.

Писать колонки было действительно увлекательно, но после тринадцатой я сказал редакторам, что хочу сойти с этой беговой дорожки и предлагать новые тексты только по зову души. (Не стоит и говорить, что случалось это куда реже, чем четыре раза в год.) Эту паузу я взял в тот момент, когда мне показалось, что материала уже может хватить на книгу. Издательство Free Press согласилось ее выпустить, и мы решили озаглавить ее «Проклятие победителя» по названию одной из колонок*. Вскоре после выхода книги мой издатель, Питер Доэрти из Free Press, ушел в Princeton University Press на должность главы издательства — и продал самому себе права на издание в мягкой обложке. Он заверил меня, что для книги это только к лучшему: теперь ее никогда не снимут с печати.

Каково же было мое удивление, когда ко мне обратилось издательство Simon & Schuster (выкупившее Free Press) и сообщило, что «Проклятие победителя» как раз снимают с печати. Не желаю ли я выпустить новое издание — возможно, с новым предисловием? Я ответил, что после выхода книги написал еще полдюжины колонок, так что, может быть, имеет смысл замахнуться на что-то более серьезное и включить часть нового материала? Сказать это,

---

* Когда я гостил у Канемана в Ванкувере, я познакомился с его блистательной падчерицей Деборой Трейсман — она тогда училась в старших классах. Впоследствии Деб поступила на английское отделение Калифорнийского университета в Беркли (деятельность организации признана нежелательной на территории Российской Федерации. — *Прим. ред.*), и к моменту, когда книга подходила к концу, она как раз его окончила. Я взял ее в качестве внештатного литературного редактора. Уверен, что именно эта подработка во многом и привела ее к должности редактора отдела художественной прозы в *The New Yorker*, которую она занимает вот уже несколько десятилетий. — *Здесь и далее примечания авторов, если не указано иное.*

разумеется, проще, чем сделать, но настоящая работа должна была начаться примерно через год — так что меня это не особенно беспокоило (почему — см. главу 7). Я понял, что хорошо бы привлечь человека со свежим взглядом, — и таким человеком стал мой соавтор Алекс Имас.

Сразу оговорюсь: Алекс никак не участвовал в работе над первыми вариантами этих колонок. По его словам, он имел уважительную причину: когда я начинал, он еще ходил в детский сад в Бендерах, в Молдове. Если вы вдруг не знаете, что это за город, поясню: это примерно в 600 километрах к югу от Чернобыля, где в апреле 1986 года случилась знаменитая катастрофа на атомной станции, благодаря которой это место и приобрело свою печальную известность. Так что хотя Алекс — настоящий вундеркинд поведенческой экономики (несмотря на радиоактивные осадки в соседнем городе, а может быть, и благодаря им), я думаю, ему можно простить, что он не помогал мне в работе над первыми колонками.

Мы познакомились с Алексом в 2009 году, когда он учился в аспирантуре Калифорнийского университета в Сан-Диего. В те годы я обычно проводил зимы в тех краях и у меня был кабинет в Школе менеджмента Рэди. Кабинет Алекса располагался неподалеку, и мы часто говорили о научной работе — в том числе о его диссертации, посвященной близкой моему сердцу теме: ментальному учету (см. главу 8). Мы обнаружили, что нам нравится общаться, и поддерживали связь, когда Алекс начал свою карьеру в Университете Карнеги — Меллона, где сразу же выдал целую серию интересных работ по поведенческой экономике. В 2020 году моей родной Школе бизнеса Бута Чикагского университета удалось переманить Алекса из его университета, и мы смогли общаться чаще. Рад сообщить, что недавно он получил звание профессора.

Часть 2. От Алекса Имаса

Я не участвовал в написании первоначальных колонок «Аномалии» по той причине, что в те годы учился в младших классах, — но работы Ричарда оказали на мою жизнь огромное влияние. В 2007 году я только что окончил колледж и, казалось, уверенно шел в медицину. Я иммигрант в первом поколении, и для моих родителей было совершенно ясно: либо я стану врачом, либо — если уж совсем дам маху — буду «заниматься чем-то, связанным с компьютерами». На экономику я набрел по счастливой случайности — вводный курс просто оказался подходящим, чтобы закрыть одно из требований учебной программы. И почти сразу в нее влюбился. В рамках подготовки к медицинской школе я прослушал и немало курсов по психологии, но никакой связи между этими двумя дисциплинами для меня не существовало.

А потом как-то раз, во время долгой поездки через всю страну, когда я помогал своей тогдашней девушке переезжать из Чикаго в Лос-Анджелес, мне случилось послушать одну передачу по радио. Ведущий беседовал с автором новой книги, в которой ставилась под сомнение идея, что люди полностью рациональны, и подчеркивалась важность применения психологии в экономике. Книга называлась «Nudge. Архитектура выбора» (Nudge)*, а ее автором был Ричард Талер. Как только мы добрались до Лос-Анджелеса, я купил эту книгу — она была написана в соавторстве с Кассом Санстейном. И все, я пропал. Поведенческая экономика, казалось, соединяла в себе все, что я любил в экономике

---

* Талер Р., Санстейн К. Nudge. Архитектура выбора. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. — *Прим. пер.*

и в психологии. Она использовала формальные модели для понимания сложного поведения на рынках — но во главу угла ставила людей, да-да, со всеми их глупостями и ошибками. Я читал об этом все, что мог найти, и решил попробовать построить в этой области карьеру. Лучший путь, как мне тогда виделось, — получить докторскую степень по экономике, желательно там, где хотя бы несколько преподавателей занимаются поведенческими исследованиями. Меньше чем через год я уже посещал свои первые занятия в аспирантуре Калифорнийского университета в Сан-Диего.

Мне повезло: в Калифорнийском университете в Сан-Диего на факультете работало несколько видных специалистов по поведенческой экономике, и некоторые из них упоминаются на страницах этой книги. Джеймс Андреони, один из первопроходцев в исследованиях альтруизма и кооперации, был на экономическом факультете, а Ури Гнизи — со временем он стал моим научным руководителем — в школе бизнеса. Именно Ури провел меня через первые, самые изнурительные годы учебной программы и познакомил меня со многими современными исследованиями в области поведенческой экономики на своем курсе для аспирантов. Часть этих современных работ мы рассматриваем в разделах «Обновления» в конце каждой главы (об этом ниже), а также в эпилоге книги. Через Ури мне удалось получить и кабинет в новехонькой школе бизнеса — кабинет, оказавшийся по соседству не с кем иным, как с Ричардом Талером.

Поначалу я стеснялся подойти к Ричарду, но в конце концов мы разговорились, и эти разговоры стали постоянными. Я приходил с какой-нибудь идеей, Ричард рассказывал мне о статье, где все это уже было показано в 1980-х, и я возвращался к своим баранам. И так продолжалось пару лет.

В какой-то момент мне пришла мысль использовать ментальный учет для объяснения того, как люди реагируют на прошлые выигрыши и проигрыши (подробнее об этом в главе 8). Эту тему уже изучали, но результаты были противоречивыми. Иногда исследования показывали, что в ответ на проигрыш люди начинают рисковать больше, иногда — наоборот, меньше. Сплошная неразбериха. Мне пришло в голову, что ментальный учет (способ, которым люди кодируют экономические результаты) может объяснить эту противоречивость, поскольку он определяет, как психологически классифицируется прошлый проигрыш: стремится ли человек отыграться (счет еще открыт) или смиряется с потерей и движется дальше (счет закрыт). После нескольких итераций (и нескончаемых разговоров) эта идея легла в основу моей анкеты для поиска работодателя, благодаря которой я попал на легендарный факультет социальных наук и наук о принятии решений Университета Карнеги — Меллона, — там Джордж Лёвенштейн, Линда Бэбкок и многие другие персонажи этой книги писали свои новаторские работы по поведенческой экономике.

Попасть в Карнеги — Меллон — это одно. Но затем мне предстояло подготовиться к тому, что вынуждены делать все научные работники и к чему аспирантура почти никак не готовит: к преподаванию! У студентов бакалавриата был приличный выбор курсов по психологии, экономике и даже теории принятия решений, но одного в программе явно не хватало — поведенческой экономики. Вопреки здравому смыслу (и советам моих научных руководителей) я добровольно вызвался разработать и вести такой курс в свой первый год в должности ассистент-профессора.

Планируя курс, я довольно быстро обнаружил, что общепринятого учебника по поведенческой экономике

не существует; точнее, учебника, похоже, не было вообще никакого. И тут работы Ричарда Талера опять оказались для меня настоящим подарком. Курс я выстроил вокруг его «Аномалий». К семинару по социальным предпочтениям студенты читали колонки о кооперации и об игре «Ультиматум». Эти тексты сразу же знакомили их с целым ворохом исследований, показывавших, что люди отнюдь не являются эгоистичными максимизаторами денег, как им преподавали на других курсах. К занятию о предпочтениях относительно риска студенты читали колонки о неприятии риска и о загадке премии за акции. Там мы видели, что стандартные оценки «неприятия риска» — в том виде, в каком их обычно определяют в экономических моделях, — плохо справляются с объяснением реального поведения. Отношение к риску сильно зависит от контекста: один и тот же человек может выложить непомерную сумму за страховку на пустячную покупку вроде тостера и при этом покупать лотерейные билеты. Во многих случаях полезнее другое понятие — «неприятие потерь»: грубо говоря, боль от потери сильнее, чем радость от выигрыша. И так далее. Колонки были ясными, читались легко и доносили сложные идеи, которые неэкономисту непросто уяснить из научных статей, написанных витиеватым, заумным языком. Что немаловажно, студентам они нравились. Поэтому, когда Ричард обратился ко мне с просьбой помочь написать «современную» часть книги, я с радостью ухватился за эту возможность.

Как любит говорить Ричард, успех поведенческой экономики достигнут не тем, что удалось переубедить старых экономистов, закосневших в своих представлениях, а скорее методом «развращения» молодых умов. Именно поэтому в 1994 году он вместе с Колином Кэмерером и Дэнни Канеманом организовал двухнедельный учебный лагерь для

аспирантов младших курсов по экономике и смежным дисциплинам. В последние годы этот лагерь организуют Дэвид Лейбсон и Мэттью Рабин, ныне профессора Гарварда, — а когда-то и они сами были участниками того самого первого набора. Многие десятки других выпускников лагеря работают сегодня в ведущих университетах мира. Я тоже прошел через лагерь, только в более позднем составе — уже эпохи Лейбсона и Рабина (хотя, по правде сказать, особо обрабатывать меня к тому моменту было незачем: я уже глотнул этого Kool-Aid по полной). Мы надеемся, что нашей книгой удастся продолжить «развращение» как молодых умов, так и, кхм, более зрелых — и что читать ее вам будет так же увлекательно, как нам — писать!

Как мы писали эту книгу (от нас обоих)

Обновить книгу, вышедшую тридцать лет назад, можно было по-разному. В качестве исходного материала мы имели тринадцать глав первого издания плюс шесть новых колонок «Аномалии», вышедших уже после ее публикации. Первое, что нужно было решить, — что в книгу включать. Поскольку мы собирались добавить и совершенно новый материал, а выпускать «кирпич», которым удобно подпирать дверь, нам не хотелось, пришлось принять ряд жестких решений о том, какие темы оставить, а какие нет. Первый критерий: ограничиться темами, которые будут доступны и интересны не только экономистам (это стоило нам главы о валютных рынках и еще одной — о межотраслевых различиях в заработной плате). Второй критерий, который мы оценивали, — воспринимается ли объяснение той или иной аномалии как «поведенческое» — иначе говоря,

иллюстрирует ли оно что-то важное о том, как люди принимают решения. Из-за этого подхода мы лишились главы о крайне странных сезонных закономерностях на фондовых рынках (например: рынки растут по пятницам и падают по понедельникам, а смена года для фондового рынка — тоже подходящее время). Аномалия — несомненно, но никаких объяснений — ни поведенческих, ни каких-либо других — для нее ни у кого не было. Известный финансовый экономист Ричард Ролл опубликовал статью о так называемом «январском эффекте» под заголовком «Vas Ist Das?». По той же причине не прошли отбор и некоторые странности в поведении игроков на скачках и покупателей лотерейных билетов. Мы можем предложить вам несколько бесплатных советов из той колонки: не покупайте лотерейных билетов и не делайте ставок на скачках, а уж если очень хочется — избегайте популярных номеров в лото и не ставьте на заведомых аутсайдеров. И не беспокойтесь: если вы действительно захотите прочитать эти или любые другие исходные колонки, все они доступны бесплатно на сайте *Journal of Economic Perspectives*.

Главы, которые мы все-таки решили включить, мы скомпоновали, переставили местами и отредактировали — но при этом придерживались одного необычного правила: в основной части главы можно было переписывать и комбинировать материал как угодно, но нельзя было добавлять никаких новых эмпирических фактов или теоретических результатов, которых не существовало на момент публикации исходной колонки. Делалось это прежде всего для того, чтобы сохранить дух и временной контекст этих колонок: ведь они были написаны с целью привлечь внимание экономистов и заставить их всерьез задуматься над некоторыми удивительными фактами. Кое-где у вас может

появиться ощущение, что мы сражаемся с ветряными мельницами, — но поверьте: были вполне реальные экономисты, которые не соглашались с исходными предпосылками каждой из этих статей, и многие из них писали в ответ свои работы, доказывая, что предполагаемая аномалия — это иллюзия или ее легко объяснить в рамках стандартных экономических представлений.

Была и другая причина ввести это правило — поставить в равные условия новый материал книги, написанием которого занимался в основном Алекс: почти к каждой главе он подготовил раздел «Обновления». Этот раздел дает ответы на два вопроса: остается ли это все еще актуальным? И если да, то доказано ли это на практике в реальном мире? Было бы нечестно заявлять, что мы проверяем исходные утверждения об аномалиях, если бы при этом мы могли возвращаться и переписывать или вычеркивать фрагменты, которые впоследствии могли бы показаться неуместными. Так что, повторюсь, — можете смело проверять нашу работу!

Именно добавление разделов «Обновления» убедило нас в том, что новая версия книги стоит нашего времени, потраченного на ее написание, и вашего — на чтение. Попытка обобщить 30 лет исследований по каждой из тем заняла у нас намного больше времени, чем планировалось изначально (опять же см. главу 7). За те три года, что мы работали над книгой, Алекс успел проделать путь от «перспективного» до того, кого «уже не назовешь перспективным». И все же мы убеждены: вопрос о том, выдерживают ли исходные утверждения проверку временем, — важный, и причин тому две. Исходные колонки были, в конце концов, посвящены аномалиям. А аномалия — это нечто неожиданное. Возможно, некоторые из них связаны со случайными наблюдениями, недостаточно мощными экспериментами, ошибками

измерения или временными явлениями, которые с тех пор исчезли. Иными словами, возможно, поведенческая экономика — это на самом деле много шума из ничего, как тогда считали многие экономисты*. Но разделы «Обновления» показывают, что это не так: исходные лабораторные эксперименты переросли в обширный корпус работ, охватывающий различные методы и подразделы экономики. Более того, одно из направлений, по которому развивалась поведенческая экономика, выглядело так: убедившись в устойчивости лабораторных результатов, исследователи принялись показывать, что те же самые аномалии проявляются и в полевых условиях — то есть в той среде, которую критики обычно называют реальным миром. Как выяснилось, далеко не только студенты колледжей нарушают своим поведением стандартную модель: поведение домохозяек, портфельных управляющих, руководителей компаний и профессиональных спортсменов с таким же успехом приводит к аномалиям.

Еще одна причина для публикации разделов «Обновления» состоит в том, что поведенческая экономика откровенно заимствует ряд результатов из психологии, а в некоторых разделах психологии в последние годы наметился так называемый «кризис воспроизводимости». Например, сообщается о явлении под названием «прайминг». Идея вот в чем: если человек подвергается воздействию некоего стимула — скажем, ему показывают изображение очень аппетитного блюда, — этот стимул может повлиять на его дальнейшее поведение (например, на его выбор еды в следующий раз),

---

* Когда Ричард в 1995 году появился в Чикагском университете, один из его новых сотрудников охарактеризовал эту область как «преходящее поветрие».

причем сам человек так и не догадается, что его поведение изменилось. Прайминг как явление, без сомнения, существует; однако появилось несколько статей с впечатляющими демонстрациями прайминга, которые другие исследователи не смогли воспроизвести[2]. В свете этих неудачных попыток воспроизвести эффект прайминга Дэниэль Канеман счел необходимым перестать подчеркивать его так, как он это делал в своем бестселлере «Думай медленно… решай быстро»*. Более того, недавние расследования выявили даже откровенную фальсификацию данных в психологических статьях по некоторым темам, достаточно близким к поведенческой экономике[3].

Мы рады сообщить, что круг тем, рассмотренных в колонках «Аномалии» и лежащих в основе этой книги, никаких признаков «кризиса воспроизводимости» не содержит. Напротив, многие из обсуждаемых результатов настолько устойчивы, что их можно уверенно воспроизводить прямо в аудитории — в качестве демонстраций для студентов. Почему мы так уверены? Отчасти потому, что сами проводим такие демонстрации на своих занятиях уже добрый десяток лет (Алекс) и несколько десятков лет (Ричард).

Что касается Алекса, то он раз за разом повторял многие из этих экспериментов «вживую», прямо на занятиях. Делалось это так. По каждой теме студенты разбивались на группы и сами разрабатывали варианты основных экспериментов, которые мы обсуждали. Сообща они интегрировали инструкции в какую-нибудь опросную платформу — например в Qualtrics. Следующее занятие начиналось с запуска эксперимента и сбора данных от участников через

---

* Канеман Д. Думай медленно… решай быстро. — М.: АСТ, 2014. — *Прим. пер.*

интернет. Обычно результаты приходили в течение часа, и оставшуюся часть занятия мы анализировали их и смотрели, действительно ли эксперимент воспроизводится; что Алекс ведет этот курс, без малого десять лет, и ни одно «классическое» исследование ни разу не дало осечки.

Это, разумеется, не означает, что каждая статья или каждая аудиторная демонстрация дали абсолютно одинаковый результат, — и тем более не означает, что все исследователи сошлись на приемлемой интерпретации каждого результата. Но одно сказать можно точно: работая над этой книгой, мы убедились, что все ключевые выводы об аномалиях на удивление устойчивы даже спустя десятилетия дальнейших исследований.

Но не надо верить нам на слово. Практически каждая глава этой книги выстроена вокруг данных — либо фокального лабораторного эксперимента (как, скажем, в главе 3), либо анализа данных наблюдений (как в главе 12). Бурное развитие онлайн-платформ краудсорсинга — таких как Amazon Mechanical Turk или Prolific — существенно упростило сбор экспериментальных данных от людей. Для фокальных экспериментов мы воспроизвели исходные результаты на платформе Prolific и поместили соответствующие выкладки в онлайн-материалы к книге — они доступны по адресу www.TheWinnersCurse.org. Более того, мы выкладываем там и сами инструкции, так что любой желающий может повторить эти исследования самостоятельно! Что касается результатов, основанных на данных наблюдений, мы — где это было возможно — повторили исходный анализ, ограничившись данными за период уже после публикации оригинального исследования; получился, по сути, «вневыборочный» тест. Эти выкладки представлены в разделах «Обновления», а более подробные сведения также

включены в онлайн-материалы. Надеемся, вы воспользуетесь возможностью и сами немного займетесь поведенческой экономикой.

Как читать эту книгу

Мы старались сделать монографию в едином, связном стиле, однако, по мере знакомства с ней, не стоит забывать, что вы читаете мысли и слова многих экономистов и психологов и каждая глава начинается с раздела, написанного еще в 1980-е или 1990-е, обычно в соавторстве. Несмотря на некоторую туманность воспоминаний, Ричард вполне способен узнать отдельные обороты и идеи и сказать: вот это — мысль соавтора. Например, в книге есть забавная зарисовка про бейсбольных судей, которую предложил Амос Тверски, притом что бейсбол он вовсе не любил. (Он был без ума от баскетбола.) А вот разделы «Обновления», само собой, написаны уже в XXI веке. Мы специально представляем их в другом формате, чтобы подчеркнуть: это текст от нас двоих, в отличие от рассуждений Ричарда и его друзей тридцати-сорокалетней давности.

Сразу оговоримся: хотя Алекс и использовал «Аномалии» как материал для своих занятий, эта книга — отнюдь не исчерпывающий труд по поведенческой экономике. Совсем нет!* Например, в ней нет ни слова о макроэкономике — просто потому, что в этой области Ричарду не удалось обнаружить ни одной существенной аномалии. Казалось бы, Великая депрессия — когда экономика по всему миру переживала

---

* Экономист Санджит Дхами (2020) выпустил обстоятельный труд в семи (увесистых) томах.

обвалы фондовых рынков и огромную безработицу — отличный кандидат для колонки «Аномалии». В конце концов, можно задаться вопросом: почему заработная плата не упала настолько, чтобы рынок труда уравновесился на уровне, близком к полной занятости (скажем, при 5% безработицы, а не при почти 25%)? Вместо того чтобы снижать заработную плату ровно до такого уровня, который позволил бы сохранить большинство сотрудников, фирмы нередко предпочитали сокращать численность персонала. (Уточним: какие-то зарплаты все же падали, но не настолько, чтобы предотвратить массовую безработицу.) Колонки на эту тему так и не появилось — потому что сами эти факты экономистам были прекрасно известны, а вот единодушия в анализе их причин не было.

Мы предлагаем читателю относиться к каждой главе как к головоломке. Описывается набор фактов, и мы (вместе с авторами оригинальных колонок) утверждаем, что эти факты не вяжутся со стандартной экономической теорией. Затем в разделе «Обновления» мы обращаемся к более свежим данным и показываем, что исходные аномалии — установленные в лаборатории или с помощью эконометрического анализа — никуда не делись и в современном реальном мире. Но один маленький спойлер: мы не считаем, что в сфере экономики произошел сдвиг парадигмы. О том, почему этого так и не случилось, мы рассуждаем в эпилоге. А пока вы читаете, мы призываем всех — и экономистов, и неэкономистов — самим попробовать придумать новые аномалии. Это увлекательно!

И последнее. Порядок глав в книге достаточно условен. Если тема какой-то из них вас не интересует — смело пропускайте и двигайтесь дальше. Но один совет: последнюю главу — про закон единой цены — лучше не пропускать. Пожалуй, она у нас самая любимая.

ПРОКЛЯТИЕ ПОБЕДИТЕЛЯ

ГЛАВА 1

Проклятие победителя*

Если в один прекрасный вечер вы обнаружите, что вам не хватает денег на ночную жизнь, попробуйте вот такую игру в ближайшем баре. Возьмите банку, наполните ее монетами и запишите сумму. Затем — когда вечер уже будет в разгаре — выставьте банку на аукцион среди собравшихся выпивох, пообещав расплатиться с победителем купюрами, с учетом неприятия монет. (Если победитель усомнится в вашей оценке, он может взять банку себе и сам ее проверить.) И вот что, скорее всего, произойдет:

1. Средняя ставка окажется заметно ниже стоимости монет. (Участники торгов не любят риск.)
2. Выигравшая ставка превысит стоимость банки.

Проведя этот опыт, вы одновременно раздобудете кое-какие средства на вечернее развлечение и просветите завсегдатаев бара об опасностях проклятия победителя. Советуем угостить победителя выпивкой за счет вашей выручки.

---

* Эта глава основана на статье Талера 1988 года.

Концепция проклятия победителя в научной литературе впервые была описана инженерами нефтяной компании Atlantic Richfield[4]. Их компания, как и многие другие, участвовала в государственных аукционах, на которых победитель получал право бурить на определенном географическом участке. Инженеров озадачивало то, что, хотя для оценки привлекательности каждого участка они нанимали высококвалифицированных экспертов, в тех случаях, когда им доставалось право бурения, нефти там в среднем оказывалось меньше, чем прогнозировал эксперт.

Наконец их осенило. Ставка Atlantic Richfield имеет значение только тогда, когда компания выигрывает аукцион, — а сама победа в нем — это плохая новость с точки зрения запасов нефти на участке. Если фирма выигрывает торги, значит, у всех остальных участников оценки запасов нефти, по всей вероятности, оказались ниже — а значит, оценка компании-победителя, скорее всего, завышена. Рациональная компания учла бы эту плохую новость еще на стадии подачи ставки, заранее скорректировав свое предложение. Но если фирмы этого не делают, возникает проклятие победителя: победители будут обнаруживать, что нефти под землей меньше, чем они рассчитывали.

Казалось бы, при таких ставках и таких высококвалифицированных экспертах компании-участники со временем освоят оптимальную стратегию. Однако сообразить, как правильно действовать, не так-то просто. Предсказать, сколько нефти обнаружится в той или иной локации, — задача чрезвычайно сложная, поэтому даже у беспристрастных экспертов оценки будут заметно расходиться: одни будут завышены, а другие занижены. Компании могут учитывать эту неопределенность, действуя консервативно — предлагая цены заметно ниже предсказанных