

De economie van list en bedrog

De economie van list en bedrog

George A. Akerlof en Robert J. Shiller

AUP

Oorspronkelijke uitgave: George A. Akerlof and Robert J. Shiller, *Phishing for Phools. The Economics of Manipulation & Deception*, Princeton University Press, 2015 [ISBN 978-0-691-16831-9]

© 2015 Princeton University Press

Vertaling: Joost Mulder

In overeenstemming met uitgeverij Princeton University Press zijn de noten en de index uit de oorspronkelijke versie in deze Nederlandse editie achterwege gelaten.

Ontwerp omslag: Duif & Bode

Ontwerp binnenwerk: Crius Group, Hulshout

ISBN 978 94 6298 353 3

e-ISBN 978 90 4853 384 8 (pdf)

e-ISBN 978 90 4853 385 5 (ePub)

NUR 781

Uitgeverij AUP is een imprint van Amsterdam University Press.

© G.A. Akerlof, R.J. Shiller/ Amsterdam University Press B.V., Amsterdam 2017

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j° het Besluit van 20 juni 1974, Stb. 351, zoals gewijzigd bij het Besluit van 23 augustus 1985, Stb. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

Inhoud

Voorwoord	7
Inleiding	23

Deel I Onbetaalde rekeningen en financiële ineenstorting

1. Ons pad ligt bezaaid met verleidingen	39
2. Reputatie-exploitatie en de financiële crisis	49

Deel II Phishing in uiteenlopende contexten

3. Reclamemakers ontdekken hoe ze op onze zwakke plekken kunnen inzoomen	79
4. Geldklopperij met auto's, huizen en creditcards	99
5. Phishing in de politiek	115
6. Voedsel, medicijnen en phishing	131
7. Innovatie: The Good, the Bad, and the Ugly	147
8. Tabak en alcohol	157
9. Winstgevend over de kop gaan	175
10. Michael Milken: Phishing met junk bonds als lokaas	185
11. Het verzet en de verzetshelden	201

Deel III Conclusie en nawoord

Conclusie: Voorbeelden en algemene lessen	217
Nawoord: Het belang van phishingevenwicht	237
Dankbetuiging	253
Bibliografie	259

Voorwoord

'The economy, stupid!' is een inmiddels beroemde uitspraak die James Carville als campagnestrateeg van presidentskandidaat Bill Clinton in 1992 deed. Het was een poging om president George W. Bush een reeks economische problemen aan te wijven die verbonden waren aan de tijdens diens presidentschap ingezette recessie. Welnu, wij tweeën hebben een andere, bredere interpretatie van Carville's uitspraak: dat veel van onze problemen voortkomen uit de aard van het economische systeem zelf. Als zakenlieden zich gedragen op de puur zelfzuchtige en door eigenbelang gemotiveerde manier waar de economische theorie van uitgaat, is ons vrijemarktsysteem van nature geneigd om manipulatie en misleiding aan te wakkeren. Het probleem is niet dat er veel mensen met slechte bedoelingen rondlopen. De meeste mensen houden zich keurig aan de regels, en willen alleen maar een zo goed mogelijk leven leiden. De concurrentiedruk die zakenlieden tot misleiding en manipulatie drijft, zorgt er echter onontkoombaar voor dat wij producten kopen die we niet nodig hebben, en er ook nog eens te veel voor betalen. De concurrentiedruk zorgt er verder voor dat ons werk weinig zingeving biedt, en dat we ons afvragen hoe we de draad van ons leven zijn kwijtgeraakt.

We hebben dit boek geschreven als bewonderaars van het vrijemarktsysteem, maar wel in de hoop mensen te helpen er beter hun weg in te vinden. Het economische systeem zit vol trucs, een gegeven waar iedereen zich van bewust dient te zijn. Om onze waardigheid en integriteit te kunnen behouden moeten we allemaal onze weg in dit systeem zien te vinden, en moeten we allemaal de inspiratie vinden om, ondanks alle gekte die ons omringt, door te gaan. We hebben dit boek geschreven voor consumenten, die beducht moeten zijn voor een scala van trucs die met hen worden uitgehaald. We hebben het geschreven voor zakenmensen die zich depressief voelen over het cynisme van sommige van hun collega's, en niet anders kunnen dan uit economische noodzaak hun voorbeeld volgen. We hebben

het geschreven voor overheidsfunctionarissen die de veelal ondankbare taak hebben om het bedrijfsleven te reguleren. We hebben het geschreven voor de vrijwilligers, de filantropen en de opinieleiders die zich sterk maken voor integriteit. We hebben het ook geschreven voor jonge mensen, die een leven van werken voor de boeg hebben, en zich afvragen hoe ze er persoonlijke betekenis aan kunnen ontleen. Al deze mensen kunnen hun voordeel doen met een onderzoek naar phishingevenwicht – van de economische krachten die ertoe leiden dat manipulatie en misleiding ingebakken kenmerken van het systeem worden, tenzij we de moed hebben om daartegen in het geweer te komen. We hebben ook verhalen nodig van helden, van mensen die er vanuit persoonlijke integriteit (en niet vanuit economisch gewin) in zijn geslaagd misleiding binnen onze economie binnen de perken te houden. In onze verhalen zul je deze helden nog vaak tegenkomen.

Producten van vrije markten

Voor uitvinders was het einde van de negentiende eeuw, toen de auto, de telefoon, de fiets en het elektrisch licht hun entree maakten, een drukke tijd. En werd in die tijd nog een andere uitvinding gedaan die veel minder aandacht heeft gekregen: de gokkast. In het begin had deze *'slot machine'* (letterlijk: gleufautomaat) nog niet de lading die hij tegenwoordig heeft. De term verwees in het begin naar elk soort 'verkoopautomaat': nadat je je munt in een gleuf had gedaan kon je een vakje opentrekken en het gekochte er uithalen. Rond de jaren negentig van de negentiende eeuw verkochten zulke automaten kauwgom, sigaren en sigaretten, toneelkijkers, per stuk verpakte chocoladecakejes, en zelfs een raadpleging van de voorloper van het telefoonboek – je kon het kortom zo gek niet bedenken of het was er. De basisinnovatie was dat je met de ingeworpen munt een slot ontgrendelde.

Maar vervolgens werd er een nieuwe toepassing ontdekt. Het duurde niet lang of er waren ook gleufautomaten die als

gokmachines fungeerden. Een krant uit die tijd noemt 1893 als het jaar waarin gleufautomaten in deze moderne gedaante hun opwachting maakten. Een van die eerste types beloonde de winnaars niet met geld, maar met vruchtensnoepjes. Het duurde niet lang of iedereen kende speciale betekenis toe aan de zeldzame gebeurtenis van drie kersen op een rij.

Nog voor de jaren negentig van de negentiende eeuw ten einde waren, was er een nieuw soort verslaving aan gokmachines geboren. In 1899 meldde de *Los Angeles Times*: 'In vrijwel elke saloon vind je wel een of meer van deze machines, die van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat omringd worden door een grote groep spelers (...). Als de gewoonte eenmaal wortel heeft geschoten, wordt het bijna een gekte. Er zijn jongemannen die deze apparaten uren achter elkaar bespelen. Ze zijn uiteindelijk gedoemd te verliezen.'

Toen grepen de regelgevers in. Speelautomaten verwoestten zo veel levens van mensen dat ze verboden, of op z'n minst gereguleerd, moesten worden, net als gokken in bredere zin. De apparaten verdwenen uit het openbare leven, en werden vrijwel volledig naar de marge verbannen: naar speciale plekken die als casino's waren aangewezen, en naar het minder strenge Nevada, waar speelautomaten tegenwoordig nog altijd overal te vinden zijn, zoals in supermarkten en benzinstations, en op luchthavens. De gemiddelde volwassenen inwoner van de staat Nevada besteedt vier procent van zijn of haar inkomen aan gokken, negen keer zo veel als het landelijk gemiddelde in de VS. Maar zelfs in Nevada gelden er restricties: in 2010 verwierp de Nevada Gaming Control Board een voorstel om het voor supermarktklanten mogelijk te maken om in plaats van hun gewone wisselgeld speelkrediet voor de fruitautomaat te accepteren aan de kassa.

Met de opkomst van de computer is de fruitautomaat aan een tweede leven begonnen. Zoals de titel van het in 2012 door Natasha Schüll van MIT gepubliceerde boek *Addictive by Design* al aangeeft, zijn de nieuwe machines ontworpen om verslavend te zijn. Een zekere Mollie, met wie auteur Schüll tijdens een bijeenkomst van

de afdeling Las Vegas van hulporganisatie Gamblers Anonymous in contact kwam, laat de menselijke kant van deze verslaving zien. Op verzoek van Schüll tekende Mollie een diagram waarin ze duidelijk maakte hoe zij zichzelf zag. Ze staat erin afgebeeld als een eenzaam stokpoppetje bij een fruitautomaat, omgeven – ingesloten – door een ringweg. Die weg verbindt zes van de belangrijkste plekken in haar leven: het MGMGrand, het hotelcasino waar ze als reserve-ringsbaliemedewerker werkt, drie plekken waar ze gokt, de plek waar Gamblers Anonymous bijeenkomt, en als laatste de plek waar ze de medicijnen ophaalt die haar angststoornis moeten tegengaan.

Mollie is zich volledig bewust van haar probleem: ze gaat niet naar de fruitautomaten toe met het idee dat ze gaat winnen. Ze weet dat ze aan het kortste eind zal trekken. In plaats daarvan wordt ze er door een onweerstaanbare dwang naartoe getrokken. En als ze daar in een gokbui arriveert, is ze een solitaire figuur. De handeling is gejaagd en ononderbroken. Mollie komt terecht in wat zij 'de zone' noemt. Druk op de rode knop. De lichtjes gaan aan en het spektakel begint. Ze wint of verliest. Nog een druk op de rode knop. En nog een. En nog een. En nog eens. En nog een... totdat ze door haar geld heen is.

In Las Vegas is Mollie geen uitzondering. Tien jaar geleden waren fatale hartstilstanden in de casino's een buitengewoon serieus probleem. De noodhulpverleners konden niet bij de slachtoffers komen. Uiteindelijk riepen de casino's hun eigen speciaal opgeleide defibrillatorteam in het leven. Een bewakingsvideo maakt duidelijk waarom een dergelijke speciale opleiding noodzakelijk was. In de video spelen, terwijl een ploeg casinomedewerkers het hart van een van hun medespelers weer op gang probeert te krijgen, de omringende gokkers onverstoord door, hun trance ongebroken, ook al ligt het slachtoffer letterlijk aan hun voeten.

Wat markten voor ons doen

De geschiedenis van het veranderende imago van de speelautomaat tussen pakweg 1890 en nu illustreert onze dubbele kijk

op onze markteconomie. Ten diepste juichen we markten toe. Vrije markten zijn producten van vrede en vrijheid, en bloeien in stabiele tijden waarin mensen niet in angst leven. Maar het winstmotief dat tot het ontstaan van die verkoopvakjes leidde, en ons iets gaf wat we wilden, produceerde tegelijkertijd ook speelautomaten die met hun verslavende slinger aan de draaischijf – in ruil voor het voorrecht te mogen spelen – jou je geld afhandig maken. Vrijwel de rest van dit boek zal figuurlijk gesproken gaan over speelautomaten als vloek in plaats van zegen: omdat we als hervormers van zowel het economisch denken als de economie niet willen veranderen wat er aan de wereld klopt, maar wel wat er niet aan klopt. Maar voordat we beginnen, zouden we eerst eens moeten kijken wat markten ons eigenlijk opleveren.

Om dat te kunnen doen, is het zinvol om even afstand te nemen, en terug te keren naar die periode aan het eind van de negentiende en begin van de twintigste eeuw. In december 1900 waagde civiel ingenieur John Elfreth Watkins Jr. zich in *The Ladies Home Journal* aan een voorspelling over hoe het leven er honderd jaar later uit zou zien. Hij voorzag dat we ‘kranen waaruit warme en koude lucht komt’ zouden hebben. We zouden snelle schepen hebben die ons ‘in twee dagen naar Engeland’ brachten. ‘Er zullen luchtschepen zijn,’ hoofdzakelijk gebruikt voor militaire doeleinden, maar soms ook voor passagiers en vracht. ‘Opera’s zullen telefonisch de huiskamers binnenkomen, zo welluidend alsof je in het theater zit.’ Watkins’ voorspellingen gaan nog verder.

Hoewel Watkins’ voorspellingen hem naar eigen zeggen ‘merkwaardig, bijna onmogelijk’ toeschenen, hebben vrije markten, met hun prikkels om zolang er winst te behalen valt te produceren wat de mensen willen, ervoor gezorgd dat wat hij voorspelde werkelijkheid is geworden, en soms zelfs werd overtroffen.

Vrije markten zorgen echter niet alleen voor de overvloed waar mensen naar verlangen. Ze creëren ook een economisch evenwicht dat bijna gemaakt lijkt voor economische activiteiten die ons oordeel manipuleren of vervormen, waarbij bedrijfspraktijken worden ingezet die sterk lijken op biologische woekeringen die zich in het normale evenwicht van het menselijk lichaam nestelen.

De gokautomaat is er een plats voorbeeld van. Het is geen toeval dat speelautomaten, voordat ze werden gereguleerd en verboden, zo algemeen waren dat je er niet aan kon ontkomen. Als ons besef van wat we echt willen zwakke plekken vertoont, en als het winst oplevert om die zwakke plekken te creëren en voor te bereiden op exploitatie, zullen markten de kans grijpen om ons op die zwakke plekken in de luren te leggen. Ze zullen op ons inzoomen en van ons profiteren. Ze zullen ons slachtoffer maken van *phishing for phools*.¹

Over de begrippen phish en phool

Volgens de gezaghebbende *Oxford English Dictionary* ontstond het woord *phish* in 1996, in een periode waarin het web vaste voet aan de grond begon te krijgen. Het woordenboek definieert *phish* als: 'Fraude plegen op internet teneinde individuen persoonlijke informatie te ontfutselen, met name door zich voor te doen als een respectabel bedrijf; online fraude plegen door op misleidende wijze te "hengelen" naar persoonlijke informatie.'

Wij geven hier een nieuwe, bredere betekenis aan het woord *phish*. We gebruiken de computerdefinitie als metafoor. In plaats van *phishing* als illegaal te beschouwen, geven we een definitie voor iets dat veel algemener is, en veel verder teruggaat in de geschiedenis. Het gaat over mensen zo ver proberen te krijgen dat ze dingen doen die in het belang van de visser zijn, maar niet in het belang van het slachtoffer. Het gaat over hengelen, over het uitwerpen van kunstaas, en het geduldig wachten tot een argwanende voorbij zwemmende vis een fout maakt en aan de haak kan worden geslagen. Er zijn zo veel vissers, en ze zijn zo bedreven in het bedenken van nieuwe soorten kunstaas, dat we, volgens de waarschijnlijkheidsrekening, vroeg of laat allemaal aan de beurt komen, hoe argwanend we ook proberen te zijn. Niemand ontkomt eraan.

¹ Noot van de uitgever: de oorspronkelijke titel van dit boek luidt *Phishing for Phools. The Economics of Manipulation & Deception*.

Volgens onze definitie is een *phool* (met een 'f'-klank aan het begin) iemand die, door welke oorzaak dan ook, met succes wordt bevestigd. Er zijn twee soorten phools: psychologische phools en informatiephools. Psychologische phools kunnen op hun beurt in twee typen worden onderverdeeld. In het ene geval winnen de emoties van een psychologische phool het van datgene wat zijn gezond verstand hem ingeeft. In het andere geval zorgen cognitieve vooringenomenheden (biassen), die vergelijkbaar zijn met optische illusies, ervoor dat hij de werkelijkheid verkeerd interpreteert, en handelt op basis van die verkeerde interpretatie. Gokverslaafde Mollie is een voorbeeld van iemand die een emotionele phool is, maar geen cognitieve. Ze was zich opmerkelijk goed bewust van haar situatie aan de fruitautomaten, maar kon zichzelf niet helpen.

Informatiephools handelen op basis van informatie die zo is ingekleed dat ze erdoor worden misleid. Aandeelhouders van Enron zijn hiervan een voorbeeld. De opkomst van Enron was gebaseerd op misleidende (en later gewoon frauduleuze) boekhoudpraktijken. De uitzonderlijke winsten die het bedrijf kon laten zien, waren het resultaat van de gehanteerde '*mark-to-market*'-boekhouding op basis van de '*fairvalue*' (marktprijs), waarbij de in de toekomst verwachte opbrengsten van een investering al op het moment waarop de investering werd gedaan konden worden ingeboekt. De meer gangbare praktijk is te wachten tot deze winsten daadwerkelijk zijn gerealiseerd. Tussen 1995 en 2000 riep het blad *Fortune* Enron uit tot het meest innovatieve Amerikaanse bedrijf. *Fortune* zat er niet ver naast, maar de redactie had de aard van de innovaties niet helemaal begrepen.

Dit boek houdt zich niet bezig met de vraag of zakenlieden een goed (of slecht) moreel besef hebben, al zullen beide kanten zich af en toe laten zien. In plaats daarvan is het basisprobleem volgens ons dat in concurrerende markten niet al te scrupuleus gedrag wordt beloond, en de druk om dat gedrag te vertonen groot kan zijn. Dit soort markten is erg goed in het aanmoedigen en belonen van zakenlieden met innovatieve nieuwe producten

waaraan echte behoefte is. Een ander soort heldendom wordt in ongereguleerde vrije markten echter zelden beloond, namelijk de moed van degenen die zichzelf kunnen bedwingen, en weigeren te profiteren van de psychologische of informatiekwetsbaarheden van klanten. Vanwege concurrentiedruk worden managers die zichzelf op deze manier in toom houden vaak vervangen door anderen die minder last hebben van morele bezwaren. De burgersamenleving en sociale normen zetten wel een zekere rem op dat soort phishing, maar in het resulterende marktevenwicht zullen, zodra zich een mogelijkheid voor phishing voordoet, zelfs bedrijven die geleid worden door mensen met echte morele integriteit doorgaans noodgedwongen meedoen om te kunnen blijven concurreren en overleven.

Hoe konden we het weten?

We gaan ervan uit dat we (op z'n zachtst gezegd) met dit boek geen vrienden zullen maken onder degenen die menen dat mensen voor zichzelf vrijwel altijd de beste beslissingen nemen. Wie zijn Bob en George, zullen ze vragen, om te beweren dat individuele mensen niet zelf – altijd en zonder uitzondering – de beste beoordelaars zijn van beslissingen die gevolgen voor hen hebben? Zoals voor een groot deel van het vak economie geldt, snijdt dit argument in abstracte zin hout. Maar als we deze vraag onderzoeken met betrekking tot echte mensen, die echte beslissingen nemen (wat we in dit hele boek zullen doen), ontdekken we dat ze in opvallende mate worden bevestigd door kwaadwillenden en, als gevolg daarvan, beslissingen nemen waarvan ze als ze hun gezond verstand ook maar even hadden gebruikt, zouden hebben beseft dat ze onvoordelig voor hen waren.

Om te kunnen inzien dat mensen dat soort beslissingen nemen hoeven we ons niets te verbeelden. We weten het omdat we mensen beslissingen zien nemen waarvan je je niet kunt voorstellen dat iemand ze wil. Henry David Thoreau merkte ooit

op dat ‘de overgrote meerderheid van de mensen een leven van stille wanhoop leidt’. Opmerkelijk genoeg spelen, anderhalve eeuw na dato, in de Verenigde Staten, het bijna rijkste land ter wereld ooit, te veel levens zich nog altijd af in stille wanhoop. Denk maar aan die arme Mollie in Las Vegas.

Dat-wil toch-zeker-niemand-dingen

Er zijn grofweg vier terreinen waarop te zien is hoe wijdverbreid dat-wil toch-zeker-niemand-dingen zijn: persoonlijke financiële zekerheid; de stabiliteit van de macro-economie (de economie als geheel); onze gezondheid, en de kwaliteit van de overheid. Op elk van deze terreinen zullen we zien dat phishing for phools onze levens significant beïnvloedt.

Persoonlijke financiële onzekerheid. Er is één fundamenteel gegeven van het economisch leven dat nooit de economische handboeken heeft gehaald. De meeste volwassenen, zelfs in rijke landen, maken zich als ze ‘s avonds gaan slapen zorgen over de vraag hoe ze hun rekeningen kunnen betalen. Economen denken dat het voor mensen simpel is om zich bij hun uitgaven aan een budget te houden. Wat ze echter vergeten is dat we, zelfs als we in 99 procent van de gevallen voorzichtig zijn, in de resterende één procent van de gevallen, waarin we doen alsof ‘geld geen rol speelt’, al die eerdere correctheid teniet kunnen doen. Bedrijven zijn zich terdege bewust van die één-procentmomenten. Ze richten zich op de gebeurtenissen in onze levens waarbij de liefde (of een andere drijfveer) het wint van onze budgettaire terughoudendheid. Voor sommigen is dit het jaarlijkse kerstfeest. Bij anderen doet het zich voor bij overgangsrizen, zoals bijvoorbeeld trouwerijen (waarbij de bruidsbladen aanstaande bruiden duidelijk maken dat ‘een beetje trouwerij’ bijna de helft van het jaarlijkse BNP per hoofd van de bevolking kost), begrafenissen (waarbij de uitvaartondernemer zorgvuldig de kisten uitstalt en fijntjes wijst op, bijvoorbeeld, de Monaco ‘met gepolijste

zeemist-afwerking, binnenbekleding van rijk gewatteerd en gesmukt 600 Aqua Supreme fluweel'), of geboorten (waarbij de babywinkel iemand ter beschikking stelt die de cadeaulijst bijhoudt).

Overgangsriten zijn echter niet de enige momenten in het leven waarop iemand die zich aan zijn budget houdt als schrieperegig wordt beschouwd. Het is dus geen toeval dat in de Verenigde Staten, hoe rijk we in vergelijking met, om maar iets te noemen, alle eerdere generaties ook zijn, de meeste volwassenen bij het naar bed gaan nog altijd piekeren over hun onbetaalde rekeningen. De vindingrijkheid waarmee producenten ons het gevoel hebben weten te geven dat we hun producten nodig hebben is net zo groot als de vindingrijkheid waarmee ze in onze werkelijke behoeften hebben voorzien. Niemand gaat graag slapen met een hoofd vol zorgen over onbetaalde rekeningen. Toch is dat wat de meeste mensen overkomt.

Eén oorzaak van onze angst voor die onbetaalde rekeningen is afzetterij: als consumenten lopen we vooral kans om te veel te betalen zodra we ons vertrouwde terrein verlaten om een zeldzame, kostbare aanschaf te gaan plegen. Bij de koop van het eerste huis bedragen de totale transactiekosten – van koper en verkoper – in zo'n dertig procent van de gevallen, heel opmerkelijk, meer dan de helft van het eigen geld dat de koper bij de transactie inbrengt. Autoverkopers hebben, zoals we hieronder zullen zien, hun eigen verfijnde technieken ontwikkeld om ons met meer auto te laten vertrekken dan we eigenlijk van plan waren, en ons daar ook nog eens te veel voor te laten betalen. Niemand wordt graag afgezet. En toch gebeurt dat, zelfs bij de zorgvuldigst overwogen aankopen die we in ons leven doen.

Financiële en macro-economische instabiliteit. Phishing for phools in financiële markten is de belangrijkste oorzaak van het soort financiële crises dat ons in de diepste recessies doet belanden. Als het gaat over financiële crises is de inmiddels beroemde zin 'deze keer is het anders' tegelijkertijd waar en niet waar. In de bloeiperiode die voorafgaat aan de ineenstorting overtuigen de

phishingplegers kopers van de activa die zij in de aanbieding hebben ervan dat het 'deze keer anders is'. We hebben het dan bijvoorbeeld over Zweedse lucifers in de jaren twintig (met als gehaaide hengelaar Ivar Kreuger van Kreuger & Toll), de dot-combedrijven in de jaren negentig en de rommelhypotheken in de jaren 2000 (met Angelo Mozilo van Countrywide in een bedenkelijke hoofdrol). Inderdaad, het is elke keer anders: de verhalen zijn anders, de ondernemers zijn anders, en wat ze aanbieden is anders. Maar tegelijkertijd is het elke keer hetzelfde liedje. Je hebt de gehaaide vissers, en je hebt de onwetenden die aan de haak worden geslagen. En als de opgebouwde voorraad van nog niet ontdekte phishingacties (door de econoom John Galbraith de 'bezzle' gedoopt) wordt ontdekt, kelderen de prijzen van bezittingen. De investeringsmanagers die in de aanloop naar de crash van 2008 de pakketten met de slechte hypotheken kochten, kunnen ze onmogelijk echt hebben gewild. En vervolgens deden zich, op pijnlijke wijze, toen de phishing aan het licht was gekomen, verschrikkelijke bijverschijnselen voor: overal in de economie verdampte het vertrouwen, halveerden de aandelenprijzen, verloren werknemers hun baan, en konden werklozen geen nieuwe baan meer vinden. De langdurige werkloosheid bereikte niveaus die we sinds de grote crisis van de jaren dertig niet meer hadden gezien.

Slechte gezondheid. Zelfs als het gaat over gezondheid, waarschijnlijk de sterkste behoefte onder degenen onder ons die al weldoorvoed, goed gekleed en adequaat gehuisvest zijn, bevissen de leveranciers van geneesmiddelen ons om argelozen aan de haak te slaan. In de jaren tachtig van de negentiende eeuw, toen Daniel Pinkham in New York ontdekte dat vrouwen zich grote zorgen maakten over nierproblemen, schreef hij in een brief naar huis dat deze kwalen moesten worden toegevoegd aan de lijst met aandoeningen waartegen de door de familie geproduceerde Pinkham Pills een probaat middel heetten te zijn. En zo geschiedde. Tegenwoordig kunnen de farmabedrijven niet zomaar plompverloren een ziekte aan hun lijst toevoegen.

In de Verenigde Staten moeten ze twee vuurproeven ondergaan. Ze moeten de goedkeuring krijgen van de Food and Drug Administration, die gerandomiseerde en gecontroleerde tests eist. Ze moeten ook de artsen zien te overtuigen, die hun pillen moeten gaan voorschrijven. Tegelijkertijd hebben ze ook meer dan een eeuw ervaring in het omzeilen van deze obstakels. Van sommige geneesmiddelen die beide vuurproeven doorstaan, is de werking slechts marginaal. Erger nog, een enkel medicijn is echt schadelijk, zoals Vioxx (net als Aleve een ontstekingsremmer), en hormoonvervangende therapie. In de vijf jaar van zijn bestaan, van 1999 tot en met 2004, veroorzaakte Vioxx in de Verenigde Staten naar schatting tussen de 26.000 en 56.000 dodelijke hartstilstanden, terwijl het niet-melden door artsen en farmaceuten van de verdenkingen rond hormoonvervangende therapie tot naar schatting 94.000 gevallen van borstkanker leidde. Niemand wil slechte medicijnen.

De effecten van phishing op de gezondheid strekken zich uit tot ver voorbij slechte medicijnen. Neem misleiding rond voedsel, en de gevolgen die dat heeft. Rond de 69 procent van de Amerikaanse volwassenen kampt met overgewicht, terwijl meer dan de helft van hen (36 procent van de Amerikanen) ook nog eens obees is. Een cohortstudie van meer dan 120.000 personen geeft een verrassend nauwkeurig beeld. De ondervraagden, voor het merendeel verpleegkundigen, werden vanaf eind jaren zeventig tot en met 2006 met tussenpozen van telkens vier jaar gevolgd. De gemiddelde vierjaarlijkse gewichtstoename was anderhalve kilo (wat zich vertaalt in een toename van 7,6 kilo over twintig jaar). Statistische analyse wijst uit dat van de toename van anderhalve kilo driekwart kilo voor rekening komt van aardappelchips, zes ons voor rekening van aardappelen (hoofdzakelijk patat) en viereenhalf ons voor rekening van suikerhoudende frisdranken. Figuurlijk gesproken konden de verpleegkundigen niet stoppen met knabbelen aan hun chips (zout en vet) en patat (vet en zout) en het slurpen van cola (suiker). Ze maakten die keuzes vrijwillig. Maar afgezien van de verpleegkundigen, en meer in het algemeen, weten we dat Big Phood wetenschappelijke

laboratoria inschakelt om de 'gelukzaligheidspunten' (ideale hoeveelheden van ingrediënten) van consumenten te berekenen die hun snakken naar suiker, zout en vet maximaliseren. Toch verlangt niemand ernaar om obees te zijn.

Tabak en alcohol zijn andere aan gezondheid gerelateerde phishingdoelwitten. Er is echter een opmerkelijk verschil tussen de twee. Er is geen mens die denkt dat het slim is om te roken. Terwijl hij deze alinea schrijft, zit George in een groot kantoorgebouw in Washington, HQ1 (Hoofdkwartier 1) van het Internationaal Monetair Fonds. Binnen geldt een rookverbod. Maar als hij 's ochtends aankomt, passeert hij een groepje dat buiten staat te roken. De rokers doen allemaal hun best zijn blik te ontwijken. Zonder dat er iets wordt gezegd, weten ze dat hij denkt dat ze hun leven op het spel zetten, voor een genoeg dat dat offer niet waard is. Als gevolg van deze censuur en zelfcensuur is het aandeel rokers in de Verenigde Staten meer dan gehalveerd in vergelijking met de slechte oude tijd waarin mensen die beter hadden moeten weten betoogden dat roken goed was voor je gezondheid: het hielp je bij het afvallen.

Naast tabak is er nog een ander legaal genotmiddel dat mogelijkserwijs nog schadelijker is, maar veel minder censuur uitlokt. Een groep onderzoekers rond de Brit David Nutt en de Nederlandse onderzoekers Jan van Amsterdam en Willem van den Brink brachten groepen deskundigen bij elkaar om de relatieve schadelijkheid van drugs in hun land te evalueren. Nutt en zijn collega's keken ook naar de schade aan andere mensen – in plaats van alleen de schade die de betrokkenen zichzelf berokkenden – en beoordeelden alcohol als de ergste van allemaal. Van Amsterdam en zijn medewerkers beschouwden alcohol als een goede tweede na crack, zij het met niet meer dan een geringe marge. We zullen later zien (op basis van longitudinale studies) dat alcoholmisbruik wel eens de meest negatieve ervaring in het leven van Amerikanen zou kunnen zijn. Desondanks dringen de bars en de restaurants en de luchtvaartmaatschappijen en onze vrienden op feestjes er allemaal bij ons op aan om een lekker drankje te nemen, en soms nog een, en nog een... er is weinig

aandacht voor het feit dat het toch al veel te gemakkelijk is om te kiezen voor nóg een drankje. Niemand wil alcoholist zijn. Desondanks is het aanmoediging wat de klok slaat, in plaats van ontmoediging.

Slechte overheid. Zoals vrije markten onder ideale omstandigheden redelijk goed hun werk doen, doet democratie dat ook. Maar kiezers zijn zo druk met hun eigen levens dat het voor hen in veel gevallen vrijwel onmogelijk is om, als het gaat om wetgeving, te weten wanneer een politicus afwijkt van wat zij echt willen. En eveneens puur omdat we mensen zijn, zijn we geneigd te stemmen op de persoon die ons het prettigste gevoel geeft. Als gevolg hiervan is politiek vatbaar voor de simpelste vormen van phishing, waarbij politici in stilte geld binnenhalen bij Belangengroepen, en dat geld vervolgens gebruiken om te laten zien dat ze een van ons zijn, dat wil zeggen gewone mensen. Verderop, in ons hoofdstuk 'Phishing in de politiek', beschrijven we de verkiezingscampagne in 2004 van Charles Grassley uit Iowa, op dat moment voorzitter van de Senate Finance Committee, die een met miljoenen gevulde oorlogskas had opgebouwd, en zijn thuisstaat overspoelde met televisiespotjes waarin hij gewoon 'een van ons' is, en thuis op zijn gemotoriseerde grasmaaier zit. Er was niets buitenissigs aan de rol van geld in deze campagne. Integendeel, we hebben Grassley gekozen omdat hij zo karakteristiek is. Maar (bijna) niemand wil een democratie waarin verkiezingen op deze manier worden gekocht.

Het doel van *Phishing for Phools*

In dit boek willen we een aantal gevallen van phishing for phools presenteren die duidelijk maken hoe sterk het onze levens beïnvloedt: onze activiteiten, onze gedachten, onze doelstellingen, en het niet-halen van onze doelstellingen. Sommige casussen zijn ontleend aan het leven van alledag, zoals onze auto's, ons voedsel, onze medicijnen, en de huizen die we kopen, verkopen

en bewonen. Andere zijn systematischer en technischer, zoals de financiële markten. Maar bovenal zullen de voorbeelden die we onderzoeken serieuze implicaties blijken te hebben voor sociaal beleid, inclusief de rol van de overheid als complement in plaats van hinderpaal voor vrije markten – omdat net zoals onze computers tegen malware moeten worden beschermd wij ook bescherming nodig hebben tegen phishing for phools in de bredere definitie die wij hier hanteren.