

LUKÁŠ KOVANDA

kapitoly
z populární ekonomie

s úvodním zamyšlením
Deirdre McCloskeyové



Proč je vzduch zadarmo a panenství drahé

2. vydání



Bizbooks®

Lukáš Kovanda

Proč je vzduch zadarmo a panenství drahé
Kapitoly z populární ekonomie

BizBooks
Brno
2012

Proč je vzduch zadarmo a panenství drahé

Kapitoly z populární ekonomie

Lukáš Kovanda

Ilustrace: Aleš Leznar

Obálka: Karolina Přibyllová

Odpoovědný redaktor: Vendula Kůrková

Technický redaktor: Jiří Matoušek

Objednávky knih:

www.albatrosmedia.cz

eshop@albatrosmedia.cz

bezplatná linka 800 555 513

ISBN 978-80-265-0034-6

Vydalo nakladatelství BizBooks v Brně roku 2012 ve společnosti Albatros Media a. s. se sídlem Na Pankráci 30, Praha 4. Číslo publikace 15 982.

© Albatros Media a. s. Všechna práva vyhrazena. Žádná část této publikace nesmí být kopírována a rozmnožována za účelem rozšiřování v jakékoli formě či jakýmkoli způsobem bez písemného souhlasu vydavatele.

2. vydání

ALBATROS  **MEDIA** a.s.

Kovandovy črty na pomezí ekonomie, sociální psychologie, sociobiologie a antropologie vyplňují citelnou mezeru v domácí popularizační literatuře, jež zoufale zaostává za produkcí zejména anglosaskou, která nás sice svým šarmem oslňuje v překladech jako *Špekonomie* (Dubner a Levitt) či *Proč muži neposlouchají a ženy neumí číst v mapách* (Allan a Barbara Peasovi), ale postrádá autenticitu domácího původu.

To se Kovandovi do značné míry podařilo napravit, i když ve výběru svých často originálních poukazů vychází povětšinou ze zahraničních studií. To ovšem není chyba jeho, ale především zaměření domácí vědecké produkce na pomezí humanitních věd, ekonomie a přírodovědy, kde neotřelé pohledy na lidskou každodennost stále chybí. Lukáš Kovanda k nám tato témata na populární a chytlavé úrovni přivádí, upozorňuje na ně, a tak možná, jak doufám, zpětně ovlivní selekci témat i v české „grantové vědě“. Často se přímo nabízí nahlížet ekonomii jako nauku o chování, a také tak intuitivně na laické úrovni činíme. Mnohem méně si však připouštíme, že i naše city, vztahy, chování a všední každodennost můžeme naopak nahlížet právě prismatem této disciplíny.

Pokud vás zajímá, proč během ekonomické krize zapláčou milenky více než milenci, proč je hodnota panenství vyšší než hodnota panictví či proč nekňubové s MBA snižují HDP, můžete se s chutí i pobavením začít.

Cyril Höschl, ředitel Psychiatrického centra Praha

Obsah

Autorovo slovo úvodem	9
Úvodní zamyšlení	15

Intimní ekonomie

Proč i menstruační cykly hýbou ekonomikou	21
Proč gayové zvyšují nájmy	24
Proč během ekonomické krize zapláčou milenky více než milenci	27
Proč kvalita ženského orgasmu stoupá s bohatstvím partnera	29
Proč je hodnota panenství vyšší než hodnota panictví	31
Proč jsou tlusté dívky povolnější k rizikovému sexu	33
Proč se metrosexualita finančně vyplácí	35
Proč oběti znásilnění a šikany tíhnou k levičáctví	39

Jak výnosně žít

Proč hvězdy berou tolik: Pohlreich, Lady Gaga, Kidmanová	43
Proč se vyplatí nezaokrouhlovat cenu, chcete-li výhodně prodat	46
Proč sebeláska vydělává a vzdělaní žijí levněji	49

Triky byznys-kliky

Proč v autobazarech prodávají samá „šměčka“	55
Proč mouchy usnadňují úklid WC	57
Proč v barech hraje hlasitá hudba (a modroocí se tam více zpíjí)	59
Proč nás fast-foody klamou, aniž o tom ví	62
Proč brýle Ray-Ban zlepšují zrak	65

Oceň to!

Proč je vzduch zadarmo (a drahokamy nikoli)	69
Proč je přátelství drahé (a narozené dítě zase tolik ne)	72
Proč Češi oceňují vánoční potěchu ducha desítkami miliard	74

Umělci. Modelky. Ekonomicky

Proč životní úroveň umělců vzrůstá díky strojům v továrnách	79
Proč Mozart tak hodně utrácel... za bydlení	82
Proč Kate Mossová „kokuje“ a Tereza Maxová dělá charitu	85

Makroparadoxy

Proč jsou chudé země chudé (a nezaměstnanost může být dobrá)	91
Proč je více sebevražd v bohatých – a spokojených – zemích	96
Proč ekonomové navrhnou danit podle výšky, rasy i genů	99
Proč jsou Apple, Google i Facebook americké, nikoli japonské	101
Proč televize zadlužila Američany (a SMS uspěly i bez reklamy)	103
Proč stále letí „osmdesátky“, avšak video už ne	107
Proč slabé odbory mohou za exodus banánů do celého světa	110

Jsme lidi (ne ekonomové)

Proč černoši nosí zlaté řetězy	115
Proč je věk 35 let přelomový (pro golfisty, pro těhotné ženy,...)	117
Proč se stále ještě hojně prodávají pravé „vuittonky“?	120
Proč lidi tolik zajímá, kolik vydělávají ostatní	123
Proč šéfují neschopní (a proč nekňubové s MBA snižují HDP)	126
Proč zrušení povinnosti jezdit s helmou zvýší počet přeživších pacientů	129

Proč více žen ve vedení firem může vést k další finanční krizi	131
--	-----

Ekonomické příběhy

Příběh první, pirátský: Proč byli piráti ve skutečnosti racionální	137
Příběh druhý, kouzelnický: Proč mágové „drží jazyk za zuby“	144
Příběh třetí, „antikoncepční“: Proč pilulka plodí kariéristky	149
Proč fluor a olovo nezištně ovlivňují naše životy	155
Věcný rejstřík	157
Jmenný rejstřík	159

Autorovo slovo úvodem

Šťavnatí podivíni

Ten muž je génius. Z této jedné holé věty sestával doporučující dopis, jež mladému matematikovi Johnu Nashovi napsal koncem čtyřicátých let jeho profesor. Nash se tak ocitl na univerzitě v Princetonu, kde zahájil doktorská studia. Bylo mu lehce přes dvacet. Svoji genialitu potvrdil a hned v roce 1950 získal doktorát. O generaci starší matematici jen zírali, když překládal řešení do té doby neřešitelných matematických problémů (Nashovy objevné teorie, teorie her, dnes nalézají uplatnění v ekonomii, evoluční biologii, účetnictví, politologii, vojenství i při konstrukci umělé inteligence či výpočetní techniky). Z génia se stala hvězda – časopis Fortune jej v roce 1958 označil za hvězdu „nové matematiky“.



Autor knihy a John Nash na Princetonu v roce 2011.

Genialita nemívá daleko k podivínství, ba dokonce šílenství – a Nash (nechtěně) potvrdil i toto. Právě koncem padesátých let se u něho naplno projevila ničivá paranoidní schizofrenie. Dnes, s odstupem, je Nash přesvědčen, že náchylnost k psychickému onemocnění chodívá ruku v ruce s nadáním pro tvořivé myšlení, které je tak vlastní právě géniům.

„Pravdou může být, že existuje určitý vztah mezi zavrnutím formálních vzorců myšlení a naopak jednáním v souladu s kreativním, tvořivým myšlením,“ řekl mi v tichu jedné z Princetonových poslucháren, kde jsem se s ním v létě roku 2011 setkal. „Domnívám se také, že mé vědecké ideje by nebyly objevené, pokud bych smýšlel jaksi normálněji. Albert Einstein také nebyl būhvíjak normální osobnost. Newton byl vyhrocený neurotik.“

Začátkem šedesátých let to vypadalo, že si jeho těžké onemocnění vybere daň mnohem vyšší a že mu až do konce života přisoudí nutnost pobytu v léčebně pro choromyslné, ne-li dokonce svěrací kazajku. Nash začal slyšchat podivné hlasy. Přišel o svůj univerzitní post. Nemoc rozvrátila i jeho manželství. Zbytek světa jej odepsal, měl jej za mrtvého. Jen na Princetonu se o něm ještě vědělo, stal se z něho „fantom z Fine Hallu“, budovy princetonské katedry matematiky, nedaleko níž jsem se s ním sešel. Tam duševně již těžce chorý Nash po nocích psával na tabule roztodivné rovnice, v nichž úzkostně hledal tajná poselství, ve kterých se snad i odrážely v šíleném echu ony hlasy.

Více než půlstoletí poté, co nemoc propukla, působí Nash, někdejší „fantom“, při naší rozmluvě zvláště, ale ne šíleně. Nemoc totiž začala v osmdesátých letech znatelněji ustupovat. V roce 1994 se vědec dokonce dočkal Nobelovy ceny za ekonomii, později se podruhé oženil (s tou samou ženou, Alicí, s níž se kdysi, po propuknutí onemocnění, rozvedl) a v Hollywoodu vznikl film *Čistá duše* o jeho pohnutém životě (získal čtyři Oscary).

Bude to znít jako klišé, ale ani setkání s Deirdre McCloskeyovou nepatří mezi ta, na něž se zapomíná. To mé z léta 2009 bylo ještě umocněno tím, že se odehrálo na jedinečných místech: v Deirdřině působivém loftovém bytě v centru Chicaga a v její oblíbené klubové restauraci ve výšinách jednoho z tamních mrakodrapů. Ano, výjimečná místa, jenže jejich jedinečnost je ta tam, porovná-li se s jedinečností hostitelky. Kdo ji trochu pozná, neubrání se patrně podezření – podobně jako v Nashově případě –, že snad její životní metou je být výjimečnou, unikátní; s ničím a s nikým neporovnatelnou, „svou“ v nejryzejší podobě toho slova. Tak moc je „svá“, že ji mnozí považují za divnou, bláznivou, šílenou, ne-li něco horšího.

A byla jedinečná už coby Donald. Natolik bylo její – vlastně jeho – dílo, v němž se postmoderně snoubí hluboká znalost ekonomie, filozofie vědy, historie či literatury, nenapodobitelné a vpravdě osobité. I jedinečnost tohoto díla ovšem bledne v porovnání s osobností tvůrce. Osobností, jež prožila metamorfózu z muže v ženu. Osobností, jež na vlastní oči hleděla na svět „mužsky“ i „žensky“.

Psát o ní nyní jako o ženě je ovšem mnohem snadnější než ji tak vnímat při setkání tvář v tvář. Sama přiznává, že ženou je tak na devadesát procent; chromozomy žádná operace



Deirdre McCloskeyová ve svém chicagském bytě v roce 2009.

změnit neumí. A opravdu, těch deset procent nelze zcela opominout – mluvím s ní sice jako s ženou, vypadá žensky, ale v myslí mám uloženo, že až do půle devadesátých let byla mužem, otcem dvou dětí, že někde po světě běhá její bývalá manželka. Nakonec tohle přemítání ruším. Proč žena? Proč muž? Je to prostě Deirdre! Jedinečnost sama. Synergie jedinečností. A také zosobněná odvaha a odhodlání. Ano, další klišé, ale zřejmě málokoho bychom shledali odvážnějším, odhodlanějším splnit si svůj vlastní sen. Ten její patřil k těm splnitelným jen značně obtížně, přesto uspěla. Ne ovšem zadarmo. A to i doslova.

Metamorfóza ji vyšla v cenách devadesátých let na 100 tisíc dolarů (téměř dva miliony korun v dnešním přepočtu, bez zahrnutí inflačního znehodnocení), což je suma za všechny možné operace a reparace operací; jen odstranění vousů pomocí elektrolýzy vyšlo tehdy bratru na 10 tisíc dolarů. A do toho ještě náklady na cestování – na elektrolýzu do Dallasu, na plastiku čelistí do San Franciska, na operaci hlasivek do Filadelfie... Poslední děj metamorfózy se odehrál roku 1996 až v daleké Austrálii: Deirdre přišla o mužské genitálie a výměnou za ně získala „neovaginu“, v jejím případě vypreparovanou z drobných střívek tak,

že je musela, alespoň zpočátku, den co den v rámci bolestivé půlhodinové procedury ručně roztahovat.

A onen sen něco stál nejen finančně a v podobě fyzických útrap. Děti totiž s Deirdrou od té doby nemluví, raději by měly tátu Donaldda, a sestra se ji pokoušela opakovaně dostat do blázince; neúspěšně. Sen je ovšem splněn – a Deirdre dnes říká, že je spokojená. Také prý už není agnostický agresivní macho, kterým byla, nýbrž feministická progresivní anglikánka. Prostě unikát. (Metamorfóza McCloskeyové je mimochodem zevrubně vylíčena v pamětech *Crossing: A Memoir* z roku 1999, podle listu New York Times jedné z nejlepších knih toho roku.)

V posledních několika letech jsem se v různých koutech světa setkal s několika desítkami nejproslulejších světových ekonomů, a to včetně již zesnulého velikána hospodářských teorií Paula Samuelsona (jenž byl Nashovým kolegou během géniova působení na Massachusettském technologickém institutu v padesátých letech a s matkou McCloskeyové zase hrával tenis), a mohu říci, že Nash s McCloskeyovou jistě patřili k těm úplně nejsobitějším z nich. Jejich stručně vylíčené životní příběhy necht' jsou dokladem, že rozhodně ne všichni ekonomové (nebo vědci, kteří ekonomii významně až převratně ovlivnili, což je Nashův případ) žijí uhlazené, chladné, škrobeně fádni, stereotypní, „standardní“, nevybočující, ryze akademické a analytické, arogantně a technokraticky přehlízivé, jedním slovem „sucharské“ životy. Ne všichni ekonomové jsou „suchaři“, jak, zdá se mi, stále míní podstatná část širší veřejnosti. O některých z nich se točí oscarové filmy a autobiografie některých z nich jsou bestsellery.

Necht' předkládaná kniha *Proč je vzduch zadarmo a panenství drahé (Kapitoly z populární ekonomie)* – včetně úvodního zamyšlení z pera McCloskeyové, v němž má mimochodem ekonomy včetně sebe samé právě za arogantní a machistické – je dokladem, že dokonce ani ne všechny ekonomické teorie jsou „sucharské“.

Cílem mé knihy je ukázat na několika desítkách příkladů, že některé ekonomické teorie – podobně jako životy některých ekonomů – jsou vlastně pořádně „šťavnaté“. Proč jsou obézní dívky svolnější k rizikovému sexu než jejich atraktivnější vrstevnice? Proč fyzicky atraktivní lidé dostávají půjčku na nižší úrok než ti méně vzhlední? Proč se metrosexualita finančně vyplácí a proč se modroocí muži ze severu Evropy v baru zpijí spíše než Španěl či Ital? I na tyto otázky dnes hledají odpovědi ekonomové – a jejich odpovědi je kniha plná.

Nechci bořit mýty. Možná je jen lehce nabourat. Ekonomie ve své převažující podobě je, má být a bude – z pohledu širší veřejnosti – vždy „suchařinou“. Ekonomové budou vždy primárně dumat nad inflací, hrubým domácím produktem, efektivitou investičních pobídek, růstem měnové zásoby, rolí centrálních bank a dalšími ryze ekonomickými tématy. Vždy přitom budou z valné většiny vystupovat „sucharsky“ – jako většina těch analytiků v tmavých oblecích s kravatami, které známe z televize. Je to dobře, „sucharští“ ekonomové jsou nesmírně potřební.

Je však mýtem domnívat se, že takoví jsou všichni ekonomové a že taková je veškerá ekonomie. Vlastně ani nikdy nebyla (ostatně i tato kniha vychází i ze „šřavnatých“ studií či knih starších sta let). Mýtus se tedy snažím nabourat tím, že v následujícím textu nabídnu čtenáři několik sond do historického, ale zejména současného ekonomického výzkumu, který ukazuje onu jinou podobu ekonomie. Sice menšinovou, ale v posledních letech a možná i desetiletích, troufám si tvrdit, stále významnější, co se týče jejího podílu na celkovém objemu ekonomického výzkumu (ano, uznávám, toto zní tak... tak „sucharsky“!). Mám na mysli onu „šřavnatou“ či, chcete-li, populárně ekonomickou čili pop-ekonomickou podobu hospodářské vědy.

Přednášky kursu Pop-ekonomie, jež na Vysoké škole ekonomické v Praze vedu od roku 2009, zahajují vždy nastíněním, co vlastně pop-ekonomií míním. Nuže, pop-ekonomii lze chápat dvěma základními způsoby.

Prvním je prostá popularizace ekonomie, které se z povahy věci dopouští třeba ekonomický žurnalista, který zjednodušuje výrok onoho analytika v kvádru a s kravatou tak, aby byl takzvaně mediálně stravitelný – tedy přístupný ne-ekonomovi, jenž informace těch novin, toho magazínu, toho webového portálu, toho televizního vysílání konzumuje. Dopouští se jí ovšem třeba i laureát Nobelovy ceny za ekonomii, který si spustí vlastní internetový blog – a jsou tací. K rozličnému webovému auditoriu pochopitelně nemůže promlouvat úplně stejně jako ke kolegovi z kabinetu či výzkumného pracoviště.

Pop-ekonomii lze ale chápat i druhým způsobem, a sice právě jako jistou podmnožinu ekonomického výzkumu, v jehož rámci se ekonomové – mnohdy na plně odborné úrovni – zabývají „populárními“ tématy. Těmi, která jsem zde již označil za „šřavnatá“ a která dobře vystihují i ty otázky – a odborné odpovědi na ně –, proč jsou obézní dívky povolnější rizikovému sexu a modroocí se spíše opijí.

Oba způsoby vedou k popularizaci ekonomie. První tak činí přímo, „z definice“, druhý prostřednictvím té skutečnosti, že se laik, ne-ekonom, může dovtipit, že ekonomie asi opravdu není jen „sucharská“, ale vlastně docela zajímavá a třeba i vzrušující věda, která má hodně co říci k celé škále společenských otázek. Důvod, proč je to vůbec možné, je prostý – ekonomii lze totiž v širším smyslu definovat jako vědu zabývající se lidským jednáním (a jeho motivacemi) v podmínkách všeobecné vzácnosti a omezenosti (zdrojů, času, mozkové kapacity...), přičemž peníze jsou jenom jednou – jakkoli důležitou – z těchto motivací.

Obsahem této knihy je tedy jakási „pop-ekonomie na druhou“: jde mi totiž o to, popularizovat závěry pop-ekonomického výzkumu, tedy popularizovat odborné práce a jiné spisy těch ekonomů, ale i dalších badatelů, kteří se zabývají „populárními“, „šřavnatými“ tématy, a začlenit tato témata do určitého kontextu a širších souvislostí.

Pokouším se o to v celkem čtyřiceti kapitolách (z toho jsou tři rozsáhlejší, nazývám je „Příběhy“), jež tak dohromady popularizují několik desítek odborných studií či knih. Mnohdy vycházejí z mých žurnalistických textů a sloupků náležejících do pravidelné rubriky „Pop-

-ekonomie“, kterou v časopise Týden vědu od roku 2007, jindy zase staví na mých osobních rozmluvách s předními veličinami světové ekonomie – včetně celé řady laureátů Nobelovy ceny za ekonomii –, jichž jsem v témže týdeníku (a následně mnohé z nich i ve dvou knihách, svého druhu sbornících) uveřejnil za poslední zhruba čtyři roky již kolem stovky. Texty této knihy jsou doplněny slovníčkem klíčových pojmů, protože lze předkládané dílo pro jeho mírně edukativní charakter s jistou nadsázkou chápat jako „učebnici pop-ekonomie“.

A ještě něco chci demonstrovat následujícími texty. To, jak nesmírně užitečné je prolnutí ekonomie s jinými vědními disciplínami. I o tom je pop-ekonomie. Ostatně Nash, jak jsem uvedl, je vzděláním matematik a McCloskeyová zase na Illinoiské univerzitě v Chicagu profesorkou kromě ekonomie také historie, literatury a komunikace. A oba přitom významně ovlivňují ekonomický diskurs. Kapitoly předkládané knihy dokládají, že ekonomové mohou přínosně spolupracovat nejen s matematiky či historiky, ale také psychology, sociology a dalšími badateli, aniž by tím přitom ekonomie jako taková ztrácela svůj ráz.

Shledáte-li, milí čtenáři, ekonomové či laici, tuto knihu „šťavnatou“, budu rád.

V Praze dne 2. prosince 2011,

Lukáš Kovanda

Úvodní zamyšlení

Předpovídání je těžké. Zvláště, týká-li se budoucnosti

Deirdre N. McCloskeyová, Illinoiská univerzita v Chicagu

Jde o staré známé dloubnutí, takový šťouchanec: když do jedné místnosti dostanete deset ekonomů, uslyšíte jedenáct různých názorů. A šťouchnout do ekonomů lze i poznamenáním, že když položíme všechny ekonomy, co jich na světě je, tak, aby tvořili „živý řetěz“ – tedy stylem „hlava k nohám“ –, stejně nedosáhneme závěru. Americký prezident Harry Truman zase žertoval: „Ti ekonomové, které za mnou posíláte, vždycky říkají: ‚vzato z jedné strany..., vzato z druhé strany...; na jednu stranu..., na druhou stranu‘. Tak mi k čertu přiveďte nějakého jednorukého ekonomů.“

Zdá se však, že názorové rozdílnosti mezi ekonomy nikterak neumírňují jejich sebevědomí, s nímž ty své názory hlásají. Ačkoli ekonomové sdílí jistě užitečné povědomí o světě, jsou jim vlastní i značně nepřitažlivé osobní vlastnosti. Jsou dogmatictí, popudliví, pohrdají názorovými oponenty, nenaslouchají argumentům, jež jim nejsou po chuti. Jedním slovem, jsou arogantní. Znáám osobně mnoho ekonomů, a můžu vám říct, že umírněnost není jejich typickou vlastností. Ani mojí!

Přesto, že sama jsem žena – i když i to si zaslouhuje vysvětlující poznámku (*Deirdre McCloskeyová se narodila jako muž, jako Donald McCloskey. Ten se v dospělosti, po vychování dětí, rozhodl podstoupit náročnou operaci, při níž mu bylo změněno pohlaví, pozn. překl.*) –, mám za to, že ekonomické polemiky a názorové spory jsou přímo nasáklé testosteronem. Někdy tudíž značně připomínají hokejové zápasy mezi Čechy a Rusy – nadutě se bodyčekuje, mnohdy proti pravidlům. V osmdesátých letech jeden fyzik navštívil společné sympozium předních fyziků a ekonomů. Bylo to v raných dobách existence Santa Fe Institute (jehož představitelé se snaží o propojení oněch dvou vědeckých disciplín, přičemž výsledkem bývá mnohdy nesmyslná směska). Po konferenci ten fyzik reportérovi magazínu Science sdělil: „Až do teď jsem žil v přesvědčení, že v rámci akademické obce jsou nejarogantnější fyzici.“ A machističtí.

Často se ovšem lze setkat s tím, že ekonomové – jeden po druhém – nedokážou přes všechnu tu arogantní zatvrzelost a zjevnou sebejistotu v hlásání svých názorů předpovídat budoucnost. Alespoň tedy ne v takovém detailu, jak bychom si to my přáli. Jenom o několika z nich se dnes říká, že dokázali předpovědět nejhlubší recesi od třicátých let. Můj bratr – „modrý límeček“ – dostal stoprocentní hypotéku na dům v Indianě, jež koupil v roce 2005, i přesto, že

vlastně neměl nikdy šanci ten dluh i s úroky splatit. To samé se v té době dělo i průměrné irské stavební firmě či průměrnému islandskému bankéři. Navzdory tomu jsem si však jako ekonomka neřekla: „Hmm. Così velmi shnilého je v bankovním sektoru. Zbavme se bankovních akcií, obětujeme je, bijme na poplach, stáhněme se.“ A neučinila tak ani většina dalších ekonomů – těch, co nyní tak dobře vědí, co a proč hnulo, těch, co jsou konečně generály... i když už je po bitvě.

Rádi bychom, aby ekonomové byli jako meteorologové. Aby nám zjevili, kdy bude třeba vytáhnout ekonomický deštník. Potíž však tkví v tom, že je nemožné předpovídat tak, aby to bylo pro kohokoli výnosné a ziskové. Důvodem je elementární ekonomická skutečnost: pokud byste byli opravdu tak chytří, schopní činit precizní předpovědi, jistě byste byli velmi bohatí. Pochopitelně, někteří ekonomové skutečně jsou značně zámožní. Jenže žádný z nich není tak bohatý, jak by mohl být, kdyby správně vsázel podle své předpovědi každého dalšího ekonomického vzestupu či pádu – kdyby to totiž někdo uměl, rovnal by se jeho osobní příjem, řekněme, deseti procentům českého hrubého domácího produktu. Lidé, kteří žádají o investiční doporučení ekonomů, se tak obracují na špatnou adresu. Nakonec i proto, že všechny ty molekuly, jejichž pohyb se ekonomové snaží předpovědět, pozorně naslouchají. Vždyť jak by šlo předpovídat počasí, pokud byla možná arbitráž (*druh obchodní transakce, např. na burze, pozn. překl.*) mezi teplou a studenou frontou? Dokonce ani excelentní evropský meteorologický model by v takovém případě vůbec nefungoval. Je prostě nemožné vědět, co nového je na spadnutí v módě, ve vědě, v politice, v ekonomice – kdyby to možné bylo, dotyčný by nepopsatelně zbohatl. Kdybychom nyní znali budoucnost matematiky – pak by to nebyla budoucnost.

Často v těchto dnech slyšíme tu předpověď, že za rohem číhá citelná inflace, zejména poněvadž centrální banky budou postrádat politickou vůli ji zastavit. Chtěla bych však zvědět, kolik ekonomů opravdu nakládá se svými penězi v souladu s touto předpovědí. Míří jejich peníze tam, kde jsou jejich slova – zajišťují se masivně proti inflaci? A jak, zlatem? A dále? V sedmdesátých letech fungoval odborný časopis *Journal of Business*, publikovaný Chicagskou univerzitou, jako platforma pro nové přístupy finanční ekonomie, jež tehdy objevoval můj přítel Fisher Black a mí častí spolustolovníci z univerzitní jídelny Myron Scholes a Merton Miller. Editori časopisu přitom po každém, kdo ve svém článku tvrdil, že umí přechytračit burzu jako celek, nebo to, že dokáže předpovědět enormní inflaci (která v té době byla aktuální), požadovali, aby ještě před otištěním svá tvrzení doložil výpisem z účtu. Nestačilo tedy jen doložit obстойné statistické korelace. Byl to dobrý a férový test prediktivní ekonomie.

Takže když nelze profitabilně predikovat, k čemu vlastně ekonomie je? Odpověď zní, že je dobrá k tomu samému jako jiné neprediktivní vědy typu geologie, historie, studia literatury nebo filozofie. Prostě však jejím studiem nevyděláte peníze. Je mi líto. Jedna z rad z úst ekonomů, jež v byznysu může vést k zisku, zní: „Zvažujte náklady obětované příležitosti (*podrobněji vysvětleny v dalším textu knihy, pozn. překl.*).“ Není tak úplně

neužitečná jako doporučení „Kupujte levně, prodávejte draze“, ale i tak na jejím základě pravděpodobně nezbohatnete.

Díky ekonomii však můžete vy i já *zmoudřet*. Jak říká belgický ekonom Paul De Grauwe: „Kvalitativní a historické analýzy jsou důležité. To, co nelze popsat matematicky, nesmí být – jak se nyní děje – automaticky odsuzováno jako nezajímavé.“ De Grauwe má také pravdu, když vzpomíná na „nejlepší a nejbystřejší“ mozky, které se měly soustředit v americké administrativě, a které tak neochvějně věřily, že umí předpovídat, plánovat a řídit, až nás v šedesátých letech dovedli do Vietnamské války a v současnosti zase do Velké recese. Edmund Phelps, laureát Nobelovy ceny za ekonomii, zase praví: „To, co potřebujeme, jsou ekonomické modely, které by braly v potaz fakt, že prostě neumíme poznat budoucnost a že očekávání se ne vždy naplní.“ Významný americký baseballový trenér Yogi Berra, známý pro svá idiotská, leč pronikavá tvrzení, to vyřkl nejlépe: „Předpovídání je obtížné. Zvláště když se týká budoucnosti.“ Potřebujeme více profesionalismu a soudnosti a moudrosti, nikoli více modelů stvořených bystrými mladými „Vládci všehomíra“, jimž ovšem chybí životní zkušenost s finančním kolapsem. Modelů, které už kvůli samotným principům ekonomie, nejsou s to předpovídat, a to ani přibližně.

Jak míní další z ekonomů, Martin Feldstein: „V rámci měnové politiky musí být rozhodnutí činěna teď a tady. Nemáme k dispozici modely, které by umožňovaly uspokojivé předpovědi.“ A to je ještě vyčteno dost mírně. Když se zapovídáte s ekonomem, získáte alespoň hrubý nástin problému. Jako když Marty dále mluví o klíčové odlišnosti současné krize, zapříčiněné zlým posouzením rizika, od mnoha těch předchozích, jež způsobily trhavé pohyby úrokových sazeb nahoru a dolů. Má pravdu, že ze stávající krize se tedy nelze dostat snížením sazeb. Zrovna jsem dostala hypotéku na jistou nemovitost – při úroku 3,86 na třicet let. Bance však trvalo tři měsíce, než o půjčce rozhodla. A to přitom mám velmi slušný pravidelný příjem. Jenže banky jsou stále vylekány svým špatným posuzováním rizika a jen tak nepůjčí. Anebo si poslechněte, co říká Robert Fogel – a získáte hrubý nástin poněkud jiného problému: „Hovoříme o recesi nikoli pouze v USA, ale o recesi globální. V současnosti na tomto stupni nedochází k oživování, což je zvláště evidentní v Číně. Expanze čínské ekonomiky však posléze dodá růstový impuls celé globální ekonomice. Pak se pravděpodobně bude docela dobře dařit i Indii.“ Má pravdu. Tento moudrý ekonom poukazuje na to, že jsme všichni součástí světové ekonomiky a nesmíme být posedlí jen lokálním stavem věcí. Takže říkám svému bankéři: „Nelekejte se, nebojte se.“ Neposlouchá mě. To není moudré.

Další skutečnost, které si v dnešní době lze povšimnout a jež se týká zvláště *makroekonomie*, lze shrnout starým známým hollywoodským moudrem týkajícím se filmů: „Nikdo nemůže nic vědět.“ Tím mají hollywoodští na mysli to, že jenom proto, že někdo slavil úspěch, řekněme, s filmem „Jak Mary Poppinsová potkala Godzillu“, nemůže na tom základě sestavit formulku, zaručený recept, na úspěch v budoucnosti. Další film stále může být propadákem. A často bývá. Ekonomický ekvivalent zní: „Nikdo nemůže mít dobrý makroekonomický mo-

del.“ Můžeme mít třeba model, který docela dobře fungoval v padesátých letech, ale s tím, jak se následně ekonomika podmínkám padesátých let vzdálila a přešla do jiného režimu, tento starý model selhává.

Někdy mě dočista zaráží, jak zakalený je ekonomův detailní popis toho, jak vlastně makroekonomika funguje. Základní předpoklady, mantry ekonomie, jsou přitom jasné a přesvědčivé a bez jakéhokoli kalu: volný obchod je dobrý; ceny by se měly volně pohybovat; lidé jsou racionální; vlády by měly být neutrální. Potíže vyvstávají, když je třeba učinit další krok za tyto základní předpoklady, do světa méně průzračných situací, v němž se vyskytují daně, finanční náklady – když, například, se finanční krize jednoho státu „přelije“ do státu sousedního –, monopoly a nad tím vším ona nesnáž s předpovídáním – obzvláště, týká-li se budoucnosti. Pak se ta sebejistě, průzračně vyřčená rada – „vzato z jedné strany..., vzato z druhé strany...“ – začíná měnit v rozpačitý a nepřesvědčivý kal. Tak se mně – mikroekonomce a hospodářské historičce – alespoň jeví mnohé z názorů a pohledů makroekonomů. Ty mě zaráží coby „retorická cvičení“ v negativním smyslu toho sousloví. Nikoli v aristotelovský ctnostném smyslu, coby „prostředek nenásilného přesvědčování“, ale v tom novinářském, coby „blábolení“.

Takže ještě jeden hrubý nástin problému. Mnoho ekonomů kupříkladu hovoří o tom, jak vláda hýbá s úrokovými sazbami nahoru a dolů, čímž směřuje a řídí ekonomiku. Většina lidí – všichni novináři, například, a většina ekonomů – se domnívají, že centrální banka „nastavuje“ úrokové sazby. A pak z toho vycházejí a poskytují ona rozpačitá a nepřesvědčivá ekonomická doporučení. Zvyšte úrokové sazby. Snižte úrokové sazby. Nechte sazby tam, kde jsou. Jenže úrokové sazby se ustavují – podobně jako cena pšenice nebo výše pojistného – na globálních trzích. Dokonce i mocný Federální rezervní systém (*americká obdoba centrální banky, pozn. překl.*) má omezenou, pokud vůbec nějakou, možnost „nastavovat“ sazby. Sazba na federální fondy, jejímž prostřednictvím jedině může Federální rezervní systém uplatnit přímý vliv na úrokové sazby v ekonomice, je prostě jako ocas, s nímž psem nezavrtíte. Portfolio dluhopisů Federálního rezervního systému, jakkoli objemné, je skoro ničím, je zanedbatelným procentním podílem na celkovém světovém objemu dlužních úpisů. Mám úrok 3,86 procenta kvůli spořivému jednání Číňanů, nikoli kvůli Bernankemu (*současný šéf Federálního rezervního systému, pozn. překl.*). A jaký z toho plyne závěr? Pracujme na zajištění právního a etického a profesionálního rámce, v němž se pak dobří muži a ženy mohou – konáním dobra – pokusit o to „mít se dobře“. Zapomeňme na detailní sociální inženýrství.

Myslím, že to je to poučení, které si můžeme vzít z finanční krize a následné Velké recese.

(*Text je výsledkem přemítání Deirdre McCloskeyové nad rozhovory Lukáše Kovandy s předními světovými ekonomy, které v roce 2009 vyšly v jeho knize Příběh dokonalé bouře a hovory (nejen) s laureáty Nobelovy ceny o finanční krizi. Překlad Lukáš Kovanda.*)

Intimní ekonomie



Proč i menstruační cykly hýbou ekonomikou

Cykly dělají s ekonomikou divy. I ty menstruační.

Zakoupí si ta či ona ženština kalhoty, nebo minisukni? Dá přednost roláku, či svršku, který odhaluje více, než skrývá? Ještě donedávna by ekonomové odpověděli, že to je plně odvislé od libůstek dotyčné – od spotřebitelských preferencí, které má daná dívka či dáma vědomě pod kontrolou. Je zima? Pořídí rolák. Čeká ji večer mejdan? Utratí za sexy top. Prostě.

Současné výzkumy ale ukazují, že spotřební chování žen není jen výsledkem jejich vědomého, racionálního úsudku, nýbrž i podvědomých pochodů ve vleku hormonů, lépe řečeno, momentální fáze menstruačního cyklu. Například studie Minnesotské univerzity totiž praví, že ovulující ženy podvědomě tíhnou k nákupu vyzývavějšího oblečení. To, že dají přednost sexy topu před rolákem, tak nemusí být vždy výsledkem rozumové kalkulace; vydá-li se žena do obchodu zrovna během těch několika dnů, pěti či šesti, v měsíci, kdy ovuluje, a je tak nejnáchylnější k oplodnění, je dost dobře možné, že ji k uvedenému spotřebitelské volbě strhne chemie jejího vlastního těla.

Jak argumentují autoři zmíněné studie, která byla publikována v roce 2011 v *Journal of Consumer Research*, atraktivnější svršky nakupují ovulující ženy primárně nikoli proto, aby se zalíbily mužům, ale proto, aby z boje o jejich přízeň vyřadily konkurentky. „Náš výzkum odhalil, že ovulující ženy vybírají módní produkty, které jsou více sexy, přičemž se v mysli porovnávají s ostatními ženami v dané oblasti,“ vysvětluje Kristina Duranteová, spoluautorka studie. Samozřejmě, konečným cílem je zaujmout muže; aby se to podařilo, je třeba být ve vyzývavosti či rafinovanosti o krok napřed před ostatními ženami v dosahu.

Závěry studie také mohou vysvětlovat známou ambivalenci (**dynamickou nekonzistenci**, jak říkají ekonomové) v postoji mnohých žen, které navléknou atraktivní sexy ohoz, jen aby vzápětí mudrovaly, že kolegovy pohledy sklouzávají až tuze často do výstřihu: sexy, ba výstřední oblečení, jež zakoupily ve dnech hormonálního splašení, během ovulace, totiž pochopitelně sem tam navlečou i v jiných údobích menstruačního cyklu – i tehdy, když pro ně muži okolo nejsou zase tak ústřední, ba jsou přímo dotěrní.

Tak či onak, ovulující ženy, to je potenciálně zhruba miliarda spotřebitelů, tedy nemalá složka globální poptávky.

Menstruační cykly hrají ovšem roli nejen na straně poptávky, nýbrž i na straně nabídky – konkrétně ve sféře lechtivých služeb.

„Kdyby žen nebylo, všechny peníze světa by ztratily smysl,“ prohlásil rejdař Aristoteles Onassis. „Kdo má harém o čtyřiceti ženách, žádnou z nich nikdy obstojně nepozná,“ praví jiný boháč, slovnutý investor Warren Buffett. Někdy muži zatouží pečtit Onassisovu tezi a naopak přeslychají Buffettovo varování – to když navštíví právě podnik s lechtivými službami. Tam peníze mají setsakra smysl – a jde o něco jiného než ženu opravdu poznat. Ale kolik přesně peněz, a jakou přesně dámu, vybrat k lechtivé transakci? Rozhoduje příroda, konkrétně opět onen cyklus.

Menstruační cyklus totiž akcentuje v každé své fázi odlišnou podobu ženskosti, jak ukazují vědecké výzkumy. Tak třeba s blížící se ovulací ženy přirozeně voní přitažlivěji, jak prokázal v roce 2006 tým českého antropologa Jana Havlíčka v žurnálu *Ethology*, jsou atraktivnější ve tváři, vzrůstá symetrie jejich těl i verbální um, přičemž se snižuje poměr pas-boky. Oblékají se, jak již víme, vyzývavěji a u mužských partnerů stoupá ochranařský půd, žárlivost a ostražitosť vůči „kamarádům, co by také rádi“.

Striptérky, tanečnice a jiné pracovnice lechtivého byznysu maximalizují v této fázi své výdělky. Alespoň tak zní závěry studie psychologů kolem Geoffreyho Millera z Univerzity v Novém Mexiku, kteří zkoumali vliv údobí menstruačního cyklu na výši výdělku – sumy, již jsou muži erotickým pracovnícím ochotni zastrčit za kalhotky. Mužští zákazníci jsou k nim, blíží-li se ovulace, podvědomě přitahováni více než k jejich konkurentkám ze stejného podniku (a raději s nimi protahují série „tanečků“, při nichž se dotyčná eroticky svíjí sedíc jim v klíně, či si je častěji vodí do VIP salonků pro nerušené představení).

Za pětihodinovou směnu si tak erotická tanečnice v Novém Mexiku v průměru vydělá 335 dolarů v „předovulační“ (pokročile folikulární) fázi, 260 dolarů, je-li ve fázi „poovulační“ (luteální), a pouze 185 dolarů, má-li zrovna menstruaci. To platí jen pro tanečnici, jež neužívá antikoncepci. Pokud třeba pravidelně polyká pilulku, výdělek z folikulární fáze se rázem propadá na úroveň toho z fáze luteální (antikoncepce totiž způsobuje, že se žena nachází ve stavu hormonálního pseudotěhotenství).

Může-li tedy ekonom vůbec něco striptérkám radit, pak nejspíš to, že více vydělají, zapomenou-li na antikoncepční pilulku.

Literatura k tématu:

Duranteová, Kristina a kol. 2011. „Ovulation, Female Competition, and Product Choice: Hormonal Influences on Consumer Behavior“. *Journal of Consumer Research* 37.

Havlíček, Jan a kol. 2006. „Non-Advertized does not Mean Concealed: Body Odour Changes across the Human Menstrual Cycle“. *Ethology* 112 (1): 81–90.

Miller, Geoffrey a kol. 2007. „Ovulatory cycle effects on tip earnings by lap dancers: economic evidence for human estrus?“. *Evolution and Human Behavior* 28 (2007): 375–381.

Důležité pojmy:

Dynamická nekonzistence (*dynamic inconsistency*): Situace, kdy se preference daného jedince mění takovým způsobem, že to, co preferoval v jednom časovém okamžiku, je nekonzistentní s tím, co preferuje v jiném časovém okamžiku.

Proč gayové zvyšují nájmy

Český film *Venkovský učitel* režiséra Bohdana Slámy se trefuje do černého. Alespoň co se týče typizace dvou gayů, klíčových postav. Ústřední hrdina – hraje jej Pavel Liška – nakonec zůstává v polorozpadlém statku v jižních Čechách, vozí hnůj a pomáhá na svět telatům, kdežto jeho „ex“ – ztvárněný Markem Danielem – si užívá přepychu a tepu velkoměsta v hi-tech loftu na dobré adrese.

Ekonomické statistiky skutečně potvrzují, že homosexuální menšina má sklon buď kultivovat bydliště i jeho okolí (ghetto, polorozpadlý statek atp.), anebo „magnetizovat“ k nejlepším adresám. Oboje je příčinou faktu, že tam, kde zástupci této menšiny ve větším žijí, jsou či budou poměrně vysoké nájmy.

Čínský ekonom Fu z Jihozápadní univerzity v Čcheng-tu analyzuje ve své studii z března 2008 souvislost mezi cenami realit a rozmístěním párů stejného pohlaví v USA. Odhaluje, že tam, kde se koncentruje více gayů a leseb (uvádí gay čtvrtě v San Francisku, bostonský South End, čtvrť Marigny v New Orleansu), lze opravdu počítat s dražším nájemným: vzestup podílu párů téhož pohlaví na celkové populaci v daném městě roku 1990 o jeden **procentní bod** ústí v devítiprocentní růst **středních cen** bydlení v roce 2000.

Existuje pět provázaných teorií, jež jev vysvětlují. První praví, že gayové zpravidla žijí v bezdětných svazcích – výdaje, které ušetří na ratolestech, investují třeba do loftového bytu na dobré adrese či jsou ochotni dát více za nemovitost v tolerantním prostředí. S tím souvisí druhé vysvětlení: gayové utvářejí sblížené komunity, jež pak snáze ve svůj prospěch lobbují u komunálních politiků.

To by ale ukazovalo Liškova hrdinu – venkovského solitéra – jako nepravděpodobnou figuru. Zachraňuje to obdoba „teorie gentrifikace“: gayové si primárně nevolí dobré adresy, nýbrž své okolí postupně zušlechťují. Čtvrť Marigny byla v šedesátých letech slumem, i proto se tam jako do ghetta uchýlili tehdy diskriminovaní homosexuálové – a přetvořili ji v dobrou adresu.

Čtvrtá teorie, „diskriminační“, vede k závěru, že chtěli-li dříve gayové bydlet mimo ghetto, platili přírážku za svoji orientaci. Ti, kteří si to mohli dovolit, měli tudíž i více prostředků (než heterosexuálové v sousedství) na následné zkrášlení, zhodnocení nemovitosti. Pátá teorie vychází z teze, že gayové mají lepší estetické citění, dokážou už tak hezké místo zvelebit – a tím dále zvýšit cenu. Tuto verzi potvrzuje Fu: gayové *vytvářejí* luxusní adresy.

Zatímco ovšem gayové mívají více finančních prostředků než heterosexuální muži, zdaleka nezískávají tolik vstupem do oficiálního svazku – registrovaného partnerství – jako heterosexuálové uzavřením manželství.

Tým kanadských badatelů odhaduje ve studii *Sexual Identity and the Marriage Premium* (*Sexuální identita a sňatková prémie*) z října 2009, že ženatí muži pracující více než třicet hodin týdně vydělávají v průměru o dvacet procent více – to je právě ona „sňatková prémie“ – než ti, co to životem berou sólo; vlivy vzdělání, věku a dalších „ruchů“ jsou přitom eliminovány.

Proč tomu tak je?

První vysvětlení říká, že „ženáče“ k větší produktivitě, již ocení zaměstnavatel, podněcuje snaha zaopatřit děti a být dobrým živatelem rodiny. Druhé má za to, že vlastnosti, jež jsou žádané na pracovním trhu, se víceméně kryjí s těmi, které vítězí na pomyslném trhu sňatkovém. Je-li jimi dotyčný nadán, bude spíše povyšovat a spíše se ožení. Třetí vysvětlení pamatuje na dělbu práce v domácnosti: ženatí muži jsou produktivnější, jelikož chod domácnosti obstarají ve značné míře manželky, a „praktikálie“ spjaté se staromládeckým životem se jich tudíž netýkají.

To ostatně souzní s poznatkem, že ženy na manželství naopak prodělávají. Ty, které se rozhodnou říci své nejdůležitější „ano“ v životě, mohou čekat v průměru o čtyři procenta nižší příjmy než sólistky. Pozor, není to dáno tím, že vdané ženy spíše mívají děti, vliv tohoto rušivého prvku je též eliminován. Nasnadě je tedy skutečně vysvětlení, že produktivita manželek je snížena o čas a úsilí, které věnují péči o rodinný krb a chotě.

Ale zpátky ke gayům. Ti z nich, kteří vstoupí do registrovaného manželství, vydělávají jen o čtyři procenta více než ti, co nikoli; registrovaní partneři si práci prostě nedělí tak jako manželské páry.

A zatímco ženy sňatkem s mužem ztrácejí, registrovaným partnerstvím vydělají. Lesbíčky, které žijí v párech, se totiž těší z průměrně o deset procent vyšších příjmů než vdané heterosexuální ženy; rušivý vliv výchovy dětí byl přitom opět eliminován.

Nejchmurněji dopadají bisexuálové. Ať už muži či ženy, vydělávají méně než heterosexuálové i homosexuálové. Badatelé však netuší proč. Zřejmě se váhavost nad vlastní sexuální orientací přelévá i do váhavosti nad tím, kam se orientovat v profesním životě.

Literatura k tématu:

Fu, Shihe 2008. „Sexual orientation and neighborhood quality: Do same-sex couples make better communities?“. Studie publikovaná [online] na stránkách <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/7678/>.

Lafrance, Amélie a kol. 2009. „Sexual Identity and the Marriage Premium“. Studie publikovaná [online] na stránkách <http://ideas.repec.org/p/qed/wpaper/1219.html>.

Důležité pojmy:

Procentní bod (*percentage point*): Jednotka aritmetického rozdílu dvou procentních vyjádření. Například platí-li, že v roce 1980 kouřilo čtyřicet procent populace, zatímco v roce 1990 pouze třicet procent populace, řekneme, že mezi lety 1980 a 1990 poklesl podíl kuřáků o deset procentních bodů (nikoli o deset procent).

Střední cena (*median price*): Pojem odvozený od termínu střední hodnota neboli medián. Medián je označení pro číselnou hodnotu, která daný soubor pozorování (například cen) rozděluje na horní polovinu a dolní polovinu.

Proč během ekonomické krize zapláčou milenky více než milenci

Včera neděle byla, včera byl hezký čas, píše ve slavném semaforovém songu Pavlína Filipovská. Od dob, kdy píseň zazněla poprvé, se mnohé změnilo. Platí-li závěry studie ekonomů z Göteborgské univerzity, Alpaslana Akaye a Petera Martinssona, která byla publikována v roce 2009, pak i to, že neděle je „hezký čas“. Badatelé totiž na poměrně rozsáhlých statistických číslech vypožorovali, že žádný jiný den – z hlediska spokojenosti lidí – není tak chmurný jako právě neděle; nikdy jindy nejsou lidé v průměru tolik zakabonění jako během posledních 24 hodin týdne.

Příčinou jevu, jenž bývá označován jako „**nedělní neuróza**“, přitom prý nejsou vyhlídky na pondělek, tedy začátek dalšího pracovního týdne a s ním spjatých povinností. Dokonce i nezaměstnaní lidé jsou totiž podle studie méně šťastní právě sedmý den v týdnu.

Zvláště mrzuté neděle ale prožívají spíše ženatí a vdané než ti, co sezdaní nejsou. Porovná-li se spokojenost sezdaných v neděli s jejich spokojeností ve zbytku týdne, pak tento rozdíl – jenž vyznívá, jak řečeno, v neprospěch neděle – je více než třetinou rozdílu mezi spokojeností zaměstnaných a spokojeností nezaměstnaných. A ten – obecně známo – nabývá vskutku propastných rozměrů; chmurnost nedělí sezdaných tedy není nikterak zanedbatelná. Tato skutečnost ovšem – v konfrontaci se studií – částečně ospravedlňuje text vzpomínaného evergreenu, jelikož Filipovská v něm zjevně zpívá o počínající milenecké lásce („Poslal mi úsměv letmý, tolik nesmělý byl / počkal si, až se setmí, a pak mě políbil“), ne o letitém svazku. Milenci mívají „hezký čas“ nonstop. Rutinní péče o děti a plnění jiných dlouhodobých rodinných závazků – jež bývají nejintenzivnější během „nedělních výletů“ či „nedělních návštěv“ – však naopak může dát na „hezký čas“ snadno zapomenout.

Ale po ruce jsou i jiná vysvětlení. Někteří badatelé například hledají za mrzutými nedělemi fakt, že lidé se nejspokojeněji cítí, jsou-li zaměstnaní úkoly s jasnou strukturou – míří-li za určitými cíli dle vytčených pravidel –, což se jim děje spíše na pracovišti než v době volna.

Jiní by možná cynicky dodali, že chmurnost nedělí plyne prostě z té skutečnosti, že pro samé rodinné a povinné nedělní návštěvy nezbyvá čas na milenecké „bokovky“.

Je-li tomu tak, doléhají ovšem na tyto „bokovky“ těžce nejen neděle, leč i ekonomické krize typu té finanční z let 2007 až 2009. Jak totiž plyne z průzkumu, který americká společnost Prince & Assoc. v době krize provedla a jehož závěry na sklonku roku 2008 zveřejnil list Wall Street Journal, více než osmdesát procent dolarových multimilionářů, kteří přiznávali mimo-manželský poměr, se chystalo – kvůli krizi – náklady záletnictví rádně „osekat“. Dvanáct pro-

cent multimilionářů bylo dokonce rozhodnuto avantýr zanechat, podloudné milé „propustit“. Takže vida, finanční krize ruší nevěru, chtělo by se zvolat. Ne tak úplně.

Autoři studie si na mušku vzali 191 boháčů, jejichž jmění přesahovalo dvacet miliónů dolarů a kteří doznali, že mají nějakou tu vážnější „bokovku“ („vážnější“ ve smyslu nikoli na jednu noc). Dvě třetiny respondentů tvořili ženatí muži, zbytek vdané dámy. A to je právě ono: mohovité dámy, které si vydržovaly milence, plánovaly snižovat tyto náklady jen v méně než dvaceti procentech případů. Na druhou stranu, celých 82 procent oslovených mužů zamýšlelo kvůli krizi redukovat výdaje na pozornosti, kožichy, šperky či drahé dovolené. Jinými slovy, ženy byly v mnohem větší míře než muži ochotny štědře investovat do mileneckého vztahu i v hospodářsky těžkých časech.

Susan Shapiro Banashová, jež přednáší genderová studia na Marymount Manhattan College, má po ruce vysvětlení: ženy si v době krize cení milenců o to více, jelikož jejich zákonní choti se utápí v mizérii. „Když vám manžela vyhodí z dobrého fleku na Wall Streetu, uchvátí ho chmury. Potřebujete únik.“

Studie, jež je součástí rozsáhlejšího výzkumu životního stylu těch skutečně bohatých, také praví, že roli hraje i délka mileneckého poměru. Z důvodu finanční krize věnují méně peněz na vydržování přes dvě třetiny multimilionářů, kteří zahýbají tři a více let, zatímco pouze necelá polovina těch, jejichž mimomanželské dobrodružství trvá mezi jedním a třemi lety. Inu, vášeň vadne nejen mezi manželi (a nejen o nedělích), leč i mezi zasloužilejšími milenci.

Literatura k tématu:

Akay, Alpaslan a Peter Martinsson 2009. „Sundays Are Blue: Aren't They? The Day-of-the-Week Effect on Subjective Well-Being and Socio-Economic Status“. IZA Discussion Paper 4563.

Frank, Robert 2008. „Rich Cut Back on Payments to Mistresses“. *The Wealth Report, Wall Street Journal Blogs* (18. listopadu).

Důležité pojmy:

„Nedělní neuróza“ („*Sunday neurosis*“): Populární označení pro úzkostné stavy, obseze a další fobie, jimiž někteří lidé – z několika možných důvodů – trpí ve dnech pracovního volna.

Proč kvalita ženského orgasmu stoupá s bohatstvím partnera

Je to už obehnaná písnička, kterou však bulvár svému obecenstvu vždy rád zapěje. Pohledná dívka zvítězí v některé ze soutěží krásy a zkrátka padá do náruče zámožného milence, který střídá zpravidla mnohem méně majetného nápadníka ze „študáckých let“.

Bulvární obecenstvo se nad zvěstí ušklíbne a pomyslí si cosi o další nestoudné zlatokopce, jež s vejtitím ve známost, s medailí krásy na klopě (vlastně s korunkou na hlavě) mění romantickou lásku za bohatství, pozlátko, luxus, materii.

Možná však, že i za touto „obehnanou písničkou“ je radno hledat vyšší motivy – spíše hlubinnou potěchu duše než prchavou potěchu, kterou skýtají třept, samet a šperky. A hlubinnou potěchou duše není myšleno nic jiného než sexuální vyvrcholení.

Badatelé Thomas Pollet a Daniel Nettle dospěli totiž ve své studii z roku 2009 k závěru, že kvalita a frekvence ženského orgasmu stoupá s naditostí partnerovy peněženky. „Růst partnerova příjmu má vysoce významný pozitivní efekt na četnost orgasmů ženy,“ shrnují autoři výzkum, který provedli na rozsáhlém vzorku čínské populace a o němž zpravují v žurnálu *Evolution and Human Behavior*. Zaklínají se přitom, že se jim podařilo vyloučit vliv dalších proměnných, jež by na kvalitu vyvrcholení žen mohly mít vliv, jako je věk, dosažené vzdělání, životní spokojenost, zdraví, délka vztahu a další.

Studie tak může posloužit nejen oněm pohledným dívkám (jako obrana a argument tváří v tvář úšklebům bulvárního čtenářstva), nýbrž i té části vědecké obce, jež je přesvědčena, že ženský orgasmus není jen bezfunkční odezvou na mužskou ejakulaci. Jak vysvětlují Pollet s Nettle, schopnost ženy dosahovat orgasmu je ve světle výsledků jejich studie spíše adaptivním měřítkem kvalit partnera.

Tedy jevem nikoli bezfunkčním, naopak. Žena se v náručí zámožného muže zkrátka cítí tak dobře nikoli proto, že snad propadla mamonu, ale že ji s ním sex prostě více baví. A chtěla tak tomu sama matka příroda. Čím zámožnější totiž muž je, tím schopnější bývá v konkurenčním, celospolečenském boji o zdroje. A matka příroda je ráda (v souladu s darwinovskou **sexuální selekcí**), množí-li se a reprodukují právě ti nejschopnější, nejkvalitnější – a ano, tedy i nejzámožnější.

Aby se však žena do náruče boháče vůbec dostala – a hlavně se v ní udržela – musí proto nemálo udělat. Někdy i riskovat své zdraví, konkrétně onemocnění rakovinou.

Jak totiž vyplývá ze studie uveřejněné v žurnálu *Archives of Dermatology*, nejnáchylnější k onemocnění rakovinou kůže jsou bohatí. Lépe řečeno: bohaté ženy. U dívky či dámy, která

– mnohdy však možná spíše její otec či choť – oplývá penězi, je riziko rozvoje zákeřného nádorového onemocnění téměř šestkrát vyšší než u jinak srovnatelné ženy, jež ovšem takovým bohatstvím neoplývá. Badatelé to zjistili studiem dat shromážděných za dobu dvou desetiletí, která se týkala žen – obyvatelek Kalifornie – ve věku 15 až 39 let, jimž byl diagnostikován zhoubný melanom. Celkem šlo o více než 3800 případů.

„Původně jsme se domnívali, že slunečnější oblasti se přirozeně budou vyznačovat i vyšším výskytem melanomu (...) oblast však překvapivě neurčovala pravděpodobnost onemocnění tolik jako socioekonomický status,“ říká k výzkumu jeho spoluautorka Christina Clarkeová, badatelka z Institutu prevence rakoviny v Kalifornii.

A vysvětlení? Zámožnější dívky a ženy – ty s vyšším socioekonomickým statusem (*viz též další text – socioekonomický status*) – si mohou dopřát více dovolených v prosluněných oblastech (třeba v plážových resortech) s poměrně velmi intenzivním UV zářením, navštěvují častěji solária či jednoduše tráví více času „jen tak venku“, třeba na nákupech či při joggingu, nikoli v kanceláři nebo „u pásu“. Za snědostí se ženou i z toho důvodu, že musejí dostát svému vyššímu společenskému statusu, ať už proto, aby se ve vybrané společnosti – v níž se bledost stále příliš nenosí – necítily bledě či aby nedělaly ostudu svému zámožnému choti (jenž by je pak snadno mohl vyměnit za „opálenější model“ a jejich status – a s ním zřejmě i kvalitu sexuálního prožitku – tak povážlivě snížit).

Literatura k tématu:

Pollet, Thomas a Daniel Nettle 2009. „Partner wealth predicts self-reported orgasm frequency in a sample of Chinese women“. *Evolution and Human Behavior* 30 (2): 146–151.

Clarkeová, Christina a kol. 2011. „Increases in Melanoma Among Adolescent Girls and Young Women in California“. Publikováno v [online] vydání *Archives of Dermatology* (21. března).

Důležité pojmy:

Sexuální selekce (*sexual selection*): Koncept uvedený poprvé přírodovědcem Charlesem Darwinem, který tvoří nedílnou součást jeho teorie přirozeného výběru. Vychází z pozorování, že mnoho živočichů rozvíjí charakteristiky, jejichž primární funkcí není přežití jedince, nýbrž maximalizace jeho reprodukčního úspěchu. Tě je dosahováno například zatraktivněním sebe sama v očích opačného pohlaví. (Mezi lidmi k takovému zatraktivnění zjevně významně přispívá například právě výše partnerova konta.)

Proč je hodnota panenství vyšší než hodnota panictví

Krásné a neposkrvněné panny. Přesně ty čekají – podle některých výkladů koránu – v ráji na oddané služebníky islámu. Proč právě panny? Mají svoji vysokou cenu.

„Chci vypadat svěže a neopotřebované,“ svěřila se v červnu 2007 Kate Priceová alias Jordan, britská silikonová modelka. Poté, co přivedla na svět třetí dítě, rozhodla se pro omlazovací kúru. Kromě zmenšení poprsí, vyhlazení vrásek a úpravy tvaru rtů si nechala implantovat i náhražku panenské blány. Celá taková renovace tehdy vyšla na 75 tisíc eur, přičemž posledně jmenovaný zákrok jen na čtyři stovky eur. Vsazení falešného hymenu navíc trvá pouhých patnáct minut.

Přesto má panenství, zejména to opravdové, přírodní, pro ženy (a zjevně i pro stoupence islámu) mnohem vyšší cenu než panictví pro muže, jak dokládá Alan Collins, ekonom Portsmouthské univerzity a autor studie o dopadech ztráty sexuální nevinnosti jak u žen, tak u mužů, která vyšla v *Journal of Bioeconomics* v roce 2000.

Collins pracoval se vzorkem více než 2200 mužů a téměř 1500 žen ve věku 16 až 59 let. Klíčovým závěrem jeho studie je, že šedesát procent žen přišlo o status panny z toho důvodu, že byly zamilované. Obdobný důvod pro ztrátu panictví uvedlo pouze 35 procent mužů. Collins soudí, že tato pozorování potvrzují skutečnost, že ženy berou ztrátu panenské blány jako investici, a proto věnují výběru „toho pravého“ zvýšenou pozornost. Musí si jím být takřkajíc jisté. Naproti tomu muži uvažují méně strategicky, berou své „poprvé“ jako akt spotřeby, chtějí se prostě bavit.

Studie potvrdila známou domněnku, že „mluvkové“, kteří mají sexu plnou pusou, skutečnou kvalitu postrádají. Totiž lidé, kteří se o tajích sexu dozvídají prostřednictvím rozmluv s přáteli (spíše než třeba četbou knih), jsou náchylnější k tomu, přijít o panenství (nebo panictví) nepřímou romantickou cestou. Chtějí o „tom“ rychle mluvit u piva, z vlastní zkušenosti, a tak se moc nerozhlíží, „co kde lítá“. Nepřebírají.

Ženy také pokládají panenství za dar až dvakrát častěji než muži a chtějí je výhodně směnít za ukázkovou romanci. Muži považují až třikrát častěji panictví za stigma, kterého je záhodno zbavit se, jakmile to bude možné.

Ne všechny ženy to však vidí stejně, výjimku tvoří třeba feministky nebo lesbičky. „Feministky pravděpodobně nepřičítají panenství a neposkrvnělosti přílišnou hodnotu,“ zamýšlí se v knize *Sex and Reason* právník a ekonom Richard Posner z Chicagské university. Podobně jsou na tom lesbičky. To stvrzuje tezi, že směnné hodnoty nabývá panenství pouze v heterosexuál-

ním svazku, píše badatelka Laura Carpenterová z University Johnse Hopkinse v *Journal of Sex Research*.

Zajímavé proto je, že existují dívky, které jsou ochotny podstoupit defloraci zadarmo – v zájmu vědy. Když výzkumníci z Washingtonovy univerzity zkoumali v roce 2006 vliv použití kondomu na pravděpodobnost infekce virem HPV (lidský papilomavirus), požádali 82 panen, studentek téže univerzity ve věku 18 až 22 let, aby svůj „status“ změnilly při sexu s partnerem, který užije pánské ochrany.

Hodnota panenské blány je odvislá i od kulturních, náboženských či ekonomických faktorů. V mnoha kulturách je pro dívku cenné střežit si panenství až do sňatku. Deflorované ženy mají slabší vyhlídky, na „sňatkovém trhu“ může být jejich cena dokonce nulová.

Muslimy podle koránu čeká v ráji 72 hurisek, což bohužel asi může být pro některé islamičtí fanatiky jednou z motivací, aby se nechali opásat dynamity a vkročili do davů či naskočili do autobusu. Jak už je naznačeno výše, panny jsou tedy pro muslimy jakýmsi **luxusním statkem** (jenž symbolizuje rajský status věrného a oddaného služebníka božího), a to přímo nebeského významu. Může se pro ně i umírat.

V zemích, kde náboženství nemá tak silné slovo a které jsou ekonomicky rozvinuté, cena panen zpravidla klesá. Se vzestupem ženské emancipace totiž mizí někdejší vysoká výhodnost směny ženské nevinnosti za materiální zajištění ze strany muže.

Literatura k tématu:

Carpenterová, Laura 2001. „The Ambiguity of ‚Having Sex‘: The Subjective Experience of Virginity Loss in the United States“. *The Journal of Sex Research* 38 (2): 127–139.

Collins, Alan 2000. „Surrender Value of Capital Assets: The Economics of Strategic Virginity Loss“. *Journal of Bioeconomics* 2 (3): 193–201.

Posner, Richard 1992. *Sex and Reason*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Důležité pojmy:

Luxusní statek (*luxury good*): Produkt či služba zbytné povahy, která leckdy slouží jako symbol statusu (bohatství, postavení, ale třeba i, hypoteticky, náboženské oddanosti). V úzce ekonomickém smyslu slova jde o statek, po němž poptávka vzrůstá rychleji než úměrně s růstem příjmu.

Toto je pouze náhled elektronické knihy. Zakoupení její plné verze je možné v elektronickém obchodě společnosti eReading.