

## ПЕРЕВОДНЫЕ СТАТЬИ / TRANSLATED ARTICLES

УДК 342.9:002:366.5

DOI: <http://dx.doi.org/10.21202/1993-047X.11.2017.4.146-169>

О. БЕН-ШАХАР<sup>1</sup>

К. Е. ШНАЙДЕР<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Чикагский университет, г. Чикаго, США

<sup>2</sup> Университет Мичигана, г. Энн-Арбор, США

### НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРЕБОВАНИЯ РАСКРЫТИЯ ИНФОРМАЦИИ\*

**Цель:** разработка концептуальных теоретико-правовых положений и научных рекомендаций по обоснованию неэффективности требования раскрытия информации.

**Методы:** всеобщий диалектический метод познания, а также основанные на нем общенаучные и частноправовые методы исследования.

**Результаты:** в статье рассматриваются достоинства и недостатки самого распространенного в современном обществе метода защиты личной автономии: требования обязательного раскрытия информации. Статья состоит из четырех разделов: (1) разносторонний обзор использования требования раскрытия информации в различных формах и обстоятельствах в таких сферах, как защита прав потребителя и заемщика, информированное согласие пациента, формирование контрактов и конституционные права; (2) обзор эмпирической литературы, свидетельствующей о неспособности требования раскрытия информации влиять на степень информированности людей и эффективность их решений; (3) обзор причин неэффективности требования раскрытия информации, в котором особая роль отводится политической динамике, оказывающей влияние на принятие соответствующих законодательных актов, на мотивы, побуждающие обладателей информации исполнять их, а также на способность получателей информации использовать эти акты; и (4) доказательство того, что требование раскрытия информации не только не достигает своих целей, но и приводит к непредвиденным последствиям, которые часто наносят вред тем, кому данное требование должно было служить.

**Научная новизна:** в статье разработано и введено в научный оборот обоснование неэффективности требования раскрытия информации, доказана неспособность требования раскрытия информации влиять на степень информированности людей и эффективность их решений, а также выявлены непредвиденные последствия, которые могут нанести вред тем, кому требование раскрытия информации должно служить.

**Практическая значимость:** выводы и положения статьи могут быть использованы в научной, законодательной и правоприменительной деятельности, учебном процессе образовательных организаций высшего образования.

**Ключевые слова:** конституционное право; информационное право; гражданское право; раскрытие информации; информационное согласие; защита прав потребителей; защита прав пациента; защита прав заемщика

**Благодарность.** Ценные комментарии были сделаны участниками семинаров в Университете Пенсильвании, Университете Джорджтауна, Университете Мичигана, Университете Тель-Авива и Банках Федерального Резерва в Чикаго и Кливленде. Также авторы выражают глубокую благодарность за финансовую поддержку программы Олин со стороны Университета Чикаго и фонда Elkes при Университете Мичигана.

\* Впервые статья опубликована на английском языке в журнале University of Pennsylvania Law Review. По вопросам коммерческого использования обращаться по адресу: [sdesalvo@pennlaw.upenn.edu](mailto:sdesalvo@pennlaw.upenn.edu).

Цитирование оригинала статьи на английском языке: Ben-Shahar O., Schneider C. E. The Failure of Mandated Disclosure // University of Pennsylvania Law Review. 2011. Vol. 159. Pp. 647–749.

**Как цитировать русскоязычную версию статьи:** Бен-Шахар О., Шнайдер К. Е. Неэффективность требования раскрытия информации. Ч. 4 // Актуальные проблемы экономики и права. 2017. Т. 11, № 4. С. 146–169. DOI: <http://dx.doi.org/10.21202/1993-047X.11.2017.4.146-169>

**O. BEN-SHAHAR<sup>1</sup>**

**C. E. SCHNEIDER<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> *University of Chicago, Chicago, USA*

<sup>2</sup> *University of Michigan, Ann Arbor, USA*

## THE FAILURE OF MANDATED DISCLOSURE\*

**Objective:** to elaborate the conceptual theoretical-legal provisions and scientific recommendations for the substantiating the inefficiency of mandated disclosure.

**Methods:** general dialectic method of cognition, as well as the general scientific and specific legal methods of research, based on it.

**Results:** the article explores the spectacular prevalence, and failure, of the single most common technique for protecting personal autonomy in modern society: mandated disclosure. The article has four parts: (1) a comprehensive summary of the recurring use of mandated disclosures, in many forms and circumstances, in the areas of consumer and borrower protection, patient informed consent, contract formation, and constitutional rights; (2) a survey of the empirical literature documenting the failure of the mandated disclosure regime in informing people and in improving their decisions; (3) an account of the multitude of reasons mandated disclosures fail, focusing on the political dynamics underlying the enactments of these mandates, the incentives of disclosers to carry them out, and, most importantly, on the ability of disclosees to use them; and (4) an argument that mandated disclosure not only fails to achieve its stated goal but also leads to unintended consequences that often harm the very people it intends to serve.

**Scientific novelty:** the article elaborates and introduces into academic sphere the substantiation of the efficiency of mandated disclosure, proves the failure of the mandated disclosure regime in informing people and in improving their decisions, and reveals the unintended consequences that often harm the very people it intends to serve.

**Practical significance:** the provisions and conclusions of the article can be used in scientific, law-making and law-enforcement activities, and in the educational process of institutions of higher education.

**Keywords:** Constitutional law; Informational law; Civil law; Disclosure; Informed content; Consumer rights protection; Patient rights protection; Borrower rights protection

**Acknowledgements.** Helpful comments were provided by workshop participants at The University of Pennsylvania, Georgetown University, The University of Michigan, Tel- Aviv University, and the Federal Reserve Banks of Chicago and Cleveland. Financial support from the Olin Program at the University of Chicago and the Elkes Fund at the University of Michigan is gratefully acknowledged.

**For citation of Russian version:** Ben-Shahar O., Schneider C. E. The Failure of Mandated Disclosure, part 4, *Actual Problems of Economics and Law*, 2017, vol. 11, No. 4, pp. 146–169. DOI: <http://dx.doi.org/10.21202/1993-047X.11.2017.4.146-169>

\* Originally published in University of Pennsylvania Law Review. For commercial re-use, please contact: [sdesalvo@pennlaw.upenn.edu](mailto:sdesalvo@pennlaw.upenn.edu)  
For original publication: Ben-Shahar O., Schneider C. E. The Failure of Mandated Disclosure // University of Pennsylvania Law Review. 2011. Vol. 159. Pp. 647–749.

Окончание. Начало в № 2, 3. Т. 11  
End of article. Beginning in issues 2, 3, vol. 11

#### IV. НЕКОТОРЫЕ НЕНАМЕРЕННЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО РАСКРЫТИЯ ИНФОРМАЦИИ

Мы рассмотрели потенциальные возможности требования раскрытия информации для передачи информации и совершенствования процесса принятия решений. Но раскрытие информации может оказывать влияние на взаимодействие и совершение сделок также и иным образом: создавая непрямые выгоды и накладывая издержки, связанные с выбором. В данном разделе мы сначала рассмотрим возможные непрямые выгоды от обязательного раскрытия информации, а затем изучим некоторые косвенные и ненамеренные издержки.

##### А. Неоднозначные непрямые выгоды от обязательного раскрытия информации

Основная цель обязательного раскрытия информации – предоставление информации, которую люди могут использовать для принятия более эффективных решений. Если бы обязательное раскрытие информации действительно приводило к такому результату, оно было бы ценным инструментом и оправдывало бы возникающие при этом издержки, по крайней мере, явные издержки на регулирование. Однако выше мы обсудили длинный перечень условий, которые необходимо соблюсти, чтобы требование обязательного раскрытия информации работало, и показали, что соблюсти эти условия можно лишь в очень редких случаях. Если законодательство об обязательном раскрытии информации не может достичь своей цели, то даже небольшие издержки не могут быть оправданы.

Но есть ли способы показать, что обязательное раскрытие информации может оправдать издержки? Может ли оно выполнять полезные задачи, кроме прямого информирования?

##### 1. Агентская выгода?

В сфере экономики и права широко распространено мнение, что, хотя продвинутые читатели раскрываемой информации составляют меньшинство, их влияния достаточно, чтобы дисциплинировать обладателей информации и заставить их предлагать наилучшие условия, отказаться от скрытых ловушек

и действовать самым эффективным образом<sup>1</sup>. Требование обязательного раскрытия информации просвещает таких продвинутых пользователей, помогая тем самым и всем остальным. Мы, однако, сомневаемся, что продвинутые пользователи будут действовать в качестве «посредников» для всех остальных.

Во-первых, эта теория противоречит принципам раскрытия информации. Согласно теории предполагается, что продвинутые пользователи побуждают обладателей информации раскрывать ее *добровольно* и избегать своекорыстных действий. То есть, признавая наличие продвинутых пользователей и стремясь угодить им, предприятия будут добровольно раскрывать информацию и получать от этого пользу. Если они неспособны действовать таким образом, то продвинутые пользователи либо перестают покупать их товары, либо покупают гораздо меньше. Напротив, согласно принципам раскрытия информации раскрытие может быть только обязательным. Значит, не существует достаточного количества продвинутых пользователей, которые могут требовать предоставления информации и способны верно оценивать ее. Обычно это соответствует реальности, поскольку факторы, препятствующие восприятию информации обычными пользователями, действуют и в отношении продвинутых. Если никто не читает раскрываемой информации, то наличие некоторого количества продвинутых пользователей не имеет значения.

Даже если нашлось бы достаточное количество людей, читающих раскрываемую информацию, они могли бы стать подходящими посредниками для тех, кто не читает, только в том случае, если они были бы довольно типичными. Но человек, имеющий время, знания, опыт и желание (не говоря уже о паранойе) для погружения в океан раскрываемой информации, явно нетипичен, он, скорее, будет искать какие-то особенные свойства товара и предпочтет заплатить больше за гарантию качества. Например, пользова-

<sup>1</sup> См. [196, pp. 630, 638–639] (доказывается, что этот эффект возникает потому, что обладатель информации не может различить продвинутых и обычных пользователей); см. также [197, pp. 1297, 1346–1347] (доказывается, что производители используют гарантийные обязательства для привлечения случайных покупателей и повторных сделок). Однако см. [198, pp. 679, 692–697] (ставятся под сомнение условия, при которых читатели раскрываемой информации действительно будут служить посредниками для тех, кто не читает ее).

тель кредитной карты, которого интересует пункт договора об арбитраже, вряд ли будет размышлять о демографической ситуации, соотношении цены и качества и других проблемах простых граждан. Более того, компании могут попытаться выявить и изолировать таких пользователей, чтобы не допустить проникновения информации о выгодных условиях от них к неискушенному большинству. Продвинутые потребители могут воспользоваться выгодными условиями, о которых написано мелким шрифтом. А если им не достанется специальных предложений, то они могут выторговать себе особые привилегии<sup>2</sup>. Таким образом, принцип посредничества работает в пользу обязательного раскрытия информации только в условиях такого рынка, где обладатели информации не могут различить продвинутых и рядовых получателей информации и вынуждены предлагать всем потребителям одинаково выгодные условия. Но требование раскрытия информации часто действует в тех областях, где люди используют ее по-разному, например, в здравоохранении, в ситуациях с правилом Миранды, а также в отношении предупреждений, например на сигаретных пачках, и в случаях с законом об ответственности производителя за продукт.

Рыночные сообщества, специализирующиеся на чтении раскрываемой информации, *существуют*. Бдительные граждане и организации, оценивающие сложные товары и распространяющие информацию о них, могут служить такими посредниками. При этом требование обязательного раскрытия информации способствует передаче информации этим агентам, а они передают ее широкой публике. Но из этого не следует, что обязательное раскрытие помогает таким группам выполнять свою задачу. Как и остальные продвинутые пользователи, они могут получать и получают информацию, даже если она не подлежит обязательному раскрытию. Кроме того, распространяемая ими информация необязательно основана на содержании обязательной информации. Часто она основана на обзорах и исследованиях, выполняемых этими организациями.

<sup>2</sup> Например, см. Comcast agreement for residential services, comcast, раздел 13.с (2010) и соответствующий текст (пункт об арбитраже в соглашении компании Comcast; право отказа от соглашения требует уведомить компанию заранее. Преимуществом могут воспользоваться только продвинутые пользователи). См. в целом [199].

Потребители полагаются на этих посредников, когда хотят узнать, как работают различные компании, каково качество их товаров и услуг, каков общий рейтинг удовлетворенности потребителей. Недостаточно просто пересказать то, что содержится в раскрываемой информации.

Если говорить точнее, существуют целые области, в которых раскрытие информации направлено непосредственно на организации-посредники, которые передают эту информацию широкой публике. Например, больницы раскрывают информацию, на основе которой составляются программы медицинского страхования; работодатели сообщают о технике безопасности, и эту информацию могут использовать профсоюзы; компании передают государственным структурам информацию о влиянии их деятельности на окружающую среду. И, конечно, информация о ценных бумагах поступает в первую очередь специалистам, которые анализируют ее и отражают в виде стоимости ценных бумаг. Однако такие области немногочисленны. Основная масса информации, предназначенной для потребителей, передается непосредственно конечному пользователю, без участия специалистов-посредников.

## 2. Образовательная выгода?

Возможно, обязательное раскрытие информации может быть полезным как средство образования людей при условии, что при этом используются более совершенные образовательные технологии? Например, сторонники применения информированного согласия «считают, что... различные образовательные методы позволят пациентам понимать и адекватно использовать основную информацию, необходимую для достижения целей информированного согласия» [200, pp. 1, 13]. Эти образовательные средства включают «более совершенные способы принятия решений с использованием информационных технологий; обеспечение пациентов печатными материалами; представление информации в качественном, количественном и графическом форматах, соответствующие уровню наименее образованных пациентов; показ видеозаписей» [200, pp. 13, 14, без сносок]. Утверждается также, что обязательное раскрытие информации может быть результативным, если будет подкреплено более общим образованием граждан в тех областях, где им приходится принимать решения. Ярким при-

мером является повышение финансовой грамотности. Одним из сторонников точки зрения, что финансовое образование совершенно необходимо для создания надежного и эффективного рынка, был президент Джордж Буш<sup>3</sup>. Широко распространено мнение, что, хотя обязательное раскрытие информации неспособно быстро улучшить принимаемые решения, оно дает им представление о возможных проблемах и шанс изменить их поведение в долгосрочной перспективе.

Токвиль считал, что «одна из отличительных черт Америки» – это «всеобщая искренняя вера в то, что они действуют в целях просвещения»<sup>4</sup>. Попытки сделать требование раскрытия информации эффективным через просвещение значительно подорвали эту веру. Например, все усилия объяснить рабочим программу пенсионных накоплений 401(k) проваливаются. Всего около 15 % людей, выходящих с обучающих семинаров с намерением изменить свою схему инвестиций, действительно делают это [194, pp. 102–103]. В одном из исследований даже было обнаружено, что результат инвестиций студентов финансовых факультетов хуже, чем других студентов<sup>5</sup>. Аналогичным образом «свидетельства показывают, что попытки обучить потребителей [относительно программ медицинского страхования] были не очень успешными» [202, pp. 159–165]. Несмотря на надежду, что «при условии надлежащего обучения со временем потребители поймут, какую роль играет программа медицинского страхования относительно врачебной деятельности в повышении качества медицинского обслуживания» [47, p. 73], ученые получают очень незначительный результат от попыток внедрить соответствующие схемы обучения<sup>6</sup>.

<sup>3</sup> См., например, [20, p. 199] (цит. Remarks by the President in Roundtable Interview with Business Reporters, WASH. POST (Aug. 9, 2007, 1:00 PM), <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/Content/article/2007/08/09/AR2007080900780.html>).

<sup>4</sup> [201] (цит. Tocqueville).

<sup>5</sup> См. [20, p. 208] (подчеркивается, что результат оставался тем же для студентов, имеющих собственные кредитные карты, или тех, кто выплачивал страховые взносы за автомобиль).

<sup>6</sup> Радужные надежды на просвещение исходят из области непрерывного медицинского образования (СМЕ). Хотя существует много доводов в пользу эффективности непрерывного медицинского образования, реальные результаты разочаровывают; распространение «знаний происходит чаще всего неэффективно» [203, pp. 11, 20]. Несмотря на низкие результаты непрерывного медицинского образования, «очевидно, что в

просвещении несет в себе те же проблемы, которые присущи обязательному раскрытию информации. Если же речь идет о всеобщем образовании, а не о сиюминутной помощи в принятии решения, то вероятность успеха еще ниже. Проблемы с образованием связаны не только с когнитивными трудностями, недостатком времени и внимания, хотя это серьезные барьеры. Проблемы возникают также потому, что на поведение влияет множество факторов, на которые невозможно воздействовать одной образовательной кампанией.

На примере курения становится очевидной чрезвычайная сложность влияния всеобщего образования. Процент курящих действительно гораздо ниже, чем пятьдесят лет назад<sup>7</sup>. Но является ли это результатом наличия предупреждений на сигаретных пачках? Несомненно, что изменения произошли главным образом в результате более фундаментальных мер и культурных трендов, которые изменили отношение общества и запустили механизм общественного давления. Среди таких мер – повышение налогов и запрет на курение в таких местах, как офисы, отели, самолеты и рестораны, в результате чего курильщики оказались отделены от других граждан<sup>8</sup>. Еще один значимый фактор – вред курения для здоровья и жизни стал более широко признаваться медиками и общественностью. Усилия в области образования совпали с этими изменениями, но непонятно, насколько они послужили их причиной. Неясно даже, сыграло ли какую-либо роль обязательное размещение предупреждений.

Последняя и, наверное, самая серьезная проблема – снова проблема аккумуляции. Если и можно просветить потребителей в одной области, много областей они не осияют. Потребители заняты не только покупками товаров и услуг, планированием пенсионных накоплений и решением проблем с займами. Законодатели считают повышение образованности панацеей для режимов раскрытия информации во

настоящее время данная программа в Северной Америке использует в основном самые неэффективные стратегии, такие как проведение конференций» [204, pp. 21, 31].

<sup>7</sup> См. [205, p. 11, fig. 3] (показано снижение доли курящих среди людей старше 18 лет).

<sup>8</sup> См. там же, p. 21 (рассмотрены 15 штатов, в которых действует законодательство о запрете курения «на рабочих местах, в ресторанах и барах»), и 44 штата, в которых «акцизы на сигареты были повышены хотя бы один раз» с января 2002 г.).

множестве областей. В совокупности они могут включать такие области, как финансы, медицинское страхование, пенсионные накопления, здравоохранение, защита персональных данных, покупки в Интернете, питание, управление рисками, курение, азартные игры и многое другое.

### 3. Общественная выгода?

Часто законы о раскрытии информации представляют собой (и должны приближать) мечту о более совершенном обществе. Они направлены не только на частную полезность для человека, принимающего решение, но и на более фундаментальные вещи, такие как внутренняя структура общества. Предполагается, что раскрытие информации способствует независимости, росту благосостояния, развивает человеческое достоинство, доброжелательность, гражданственность, чувство общности и множество других добродетелей. Например, сообщается, что «предоставление потребителям информации поддерживает идею Луэллина об индивидуальном согласии и автономии, даже если большинство потребителей не читают эту информацию» [206, рукопись 9]<sup>9</sup>. В большинстве работ на эту тему красной нитью проходит мысль о психологическом преимуществе получения информации, даже если человек ее не использует. Этот аргумент постоянно звучит в литературе по проблемам информированного согласия<sup>10</sup>. В контексте комитетов IRB многие отмечают, что режим раскрытия информации гарантирует более строгое соблюдение этических стандартов<sup>11</sup>. Более того, многие рассматривают финансовую грамотность как основу

для достижения экономического роста и улучшения состояния общества<sup>12</sup>.

Несомненно, достижение этих общественных выгод зависит от раскрытия информации, если она доходит до людей и оказывает на них влияние. Если же, как мы считаем, этой информацией постоянно пренебрегают, то вполне вероятны негативные побочные эффекты: безразличие, бесчувственность, отчуждение и даже притеснения. Никакое количество нажатий на кнопку «Согласен» в лицензиях на компьютерные программы, никакое количество механически подписанных форм информированного согласия не прибавят человеку чувства собственного достоинства, независимости, самоуважения; наивно считать, что пустые ритуалы повысят производительность труда или улучшат состояние общества.

### В. Издержки обязательного раскрытия информации

Какие бы выгоды ни сулило обязательное раскрытие информации, оно неоправданно, если издержки превышают выгоды. Измерить эти издержки так же трудно, как измерить выгоды, но представляется, что они очень велики. Рассмотрим сначала некоторые прямые издержки от применения требования обязательного раскрытия информации, а затем некоторые косвенные, которые часто являются ненамеренными и не учитываются.

#### 1. Затраты при реализации

В разд. III мы перечислили все, что законодатели, обладатели и получатели информации должны сделать, чтобы раскрытие информации было успешным. Мы показали, почему раскрытие информации часто не достигает своей цели, а также перечислили издержки обязательного раскрытия. Например, обладатели информации тратят деньги на то, чтобы разобраться, какую информацию следует раскрывать, что привело к расцвету компаний, которые разъясняют другим компаниям их обязанности в рамках таких законов, как HIPAA, Закон Клери и др. Положения закона TILA

<sup>9</sup> См. также [207, рукопись 23] (показано, что раскрытие информации может способствовать «экономической эффективности, соблюдению законности и исправительного правосудия»).

<sup>10</sup> См., например, [208] («Информированное согласие должно способствовать не только развитию тех [ценностей] – независимости, индивидуализма, самоопределения, – которые провозглашаются таковыми в рамках прецедентного права... но и такие ценности, как взаимное доверие и обмен информацией между врачом и пациентом»).

<sup>11</sup> См., например, [209] («Раскрытие информации через процесс информированного согласия... это самый прямой и этически понятный способ раскрытия»).

<sup>12</sup> См. в целом NAACP, NAACP FINANCIAL EMPOWERMENT GUIDE 4-5 (2003). URL: [http://backup.naacp.org/pdfs/finance\\_fei.pdf](http://backup.naacp.org/pdfs/finance_fei.pdf) (показана важность финансовой грамотности для достижения экономического успеха и социальной справедливости).

стали настолько сложными после многочисленных интерпретаций Совета управляющих Федерального резервного фонда, что даже продвинутые компании не всегда понимают, что им делать. Поэтому все эмитенты ценных бумаг обязательно консультируются в специализированном юридическом совете.

Кроме того, мы рассмотрели затраты обладателей информации на получение и передачу информации. Эти издержки могут быть очень большими, когда информация изначально не собирается. Затраты на передачу информации велики, когда она осуществляется по почте, особенно регулярно. Компании зачастую вынуждены создавать и финансировать специальные отделы, чтобы выполнить требование обязательного раскрытия информации. Например, в рамках исполнения закона PSDA больница Джона Хопкинса (Johns Hopkins Hospital) потратила 114 тысяч 528 долларов на программу по внедрению «завещаний о жизни», включая «непрерывные дополнительные издержки на копирование и хранение документов, аудит и оплату персонала. Кроме того, непрерывные общие издержки включают постоянное обучение врачей в области «завещаний о жизни» [91, pp. 387, 393]. Эта больница – лишь одна из тысяч организаций, которые должны исполнять закон PSDA.

Еще больше затрат требует работа в системе IRB. В настоящее время отделы IRB имеют собственных профессиональных сотрудников<sup>13</sup>, но основные издержки на работу персонала приходятся на оплату того времени, которое работники организаций – членов IRB, т. е. по большей части врачи, ученые и другие высокооплачиваемые специалисты, тратят на проверку, обсуждение и изучение протоколов. Отделы IRB иногда так велики, что «многие кафедры общественных и гуманитарных дисциплин меньше, чем отдел IRB» [211, pp. 809, 822]. Система IRB также отнимает значительное количество дорогостоящего времени у исследователей. Например, в одной довольно небольшой исследовательской программе почти 17 % бюджета было потрачено на взаимодействие с отделом IRB [117, p. 77].

Как правило, большая часть затрат на обязательное раскрытие информации ложится на получателей

информации, поскольку в условиях коммерческих взаимоотношений на конечного потребителя перекладываются вообще все издержки. Однако получатели несут также и собственные прямые издержки. Например, если мы оптимистично считаем, что получатели действительно читают, интерпретируют и хранят информацию, то они несут все немонетарные затраты на выполнение этих действий.

## 2. Ненамеренный вред от обязательного раскрытия информации

Требование обязательного раскрытия информации может причинить значительные издержки, нанося вред личным и общественным интересам. Такие ненамеренные издержки возникают не всегда. Но есть несколько существенных причин беспокоиться о таких ситуациях, тем более что их количество возрастает.

Во-первых, обязательное раскрытие информации может занять место полезной информации. Это еще один аспект проблемы перегрузки. Поскольку обладатели могут передать, а получатели воспринять лишь ограниченное количество информации, обязательное раскрытие приводит к тому, что вторые не получают никакой другой информации, кроме раскрываемой. Если получатель хочет узнать информацию, подлежащую обязательному раскрытию, и она нужна ему, то негативного эффекта не будет; но такая точность совпадения желания и необходимости наблюдается редко. Таким образом, обязательное раскрытие «сокращает объем внимания, которое потребители обращают на иную информацию, тем самым, вероятно, приводя к принятию менее, а не более эффективных решений» [5, p. 584]. Например, раскрытие информации о комиссионных выплатах брокерам приводит к завышенной оценке общей стоимости займов потребителями<sup>14</sup>.

Аналогичным образом в области медицинского обслуживания жизненно необходимая информация вытеснена информацией умеренной полезности. Так, медицинские организации должны сообщать пациентам о «завещании о жизни» (закон PSDA), политике конфиденциальности (HIPAA), вариантах лечения (информированное согласие), побочных эффектах

<sup>13</sup> См. [210, pp. 861, 882] («В Северо-Западном [университете] отдел по защите участников исследований вырос с двух сотрудников на полную ставку в конце 1990-х до 25 специалистов и 20 административных сотрудников [в 2006 г.]»).

<sup>14</sup> [5] («В недавнем исследовании Федеральной торговой комиссии было обнаружено, что раскрытие величины брокерских комиссионных в ипотечных сделках привело к завышенной оценке общей стоимости займов многими потребителями...»).

(закон FDA) и безопасности (закон о гражданских правонарушениях и страховка от ошибок практикующих специалистов). Какой объем внимания остается у пациента (или у медицинской организации), чтобы узнать о том, что существенно для сохранения здоровья и жизни, например, о лечении хронических болезней? Уровень выполнения режима лечения оценивается примерно в 50 %<sup>15</sup>. Врачи должны научить и постоянно напоминать пациентам, как принимать лекарства, когда и в каких дозах, не прекращать прием до конца курса<sup>16</sup>. Но на это необходимое обучение может не хватить времени и сил, которые потрачены на обязательное раскрытие информации.

В целом, поскольку обязательное раскрытие смешивается с добровольно раскрываемой информацией, потребителям сложно отличить тех, кто раскрывает информацию, от тех, кто скрывает ее. Добровольное раскрытие дает получателям сигнал, что им сообщают ценную информацию. Если врач добровольно посвящает свое время передаче информации пациенту, то пациент относится к нему с доверием и благодарностью, но если все врачи должны произносить скороговорки раскрываемой информации, то повода для доверия нет.

Во-вторых, *обязательное раскрытие информации может оказывать отрицательное влияние на конкуренцию*. Затраты на раскрытие информации представляют собой, по большей части, фиксированные расходы; они в основном не зависят от объема раскрываемой информации или частоты раскрытия. Фиксированные расходы – на сбор информации, разработку форм, обучение персонала – приблизительно одинаковы для крупных и малых предприятий. Это дает преимущество крупным компаниям: их «удельные» расходы меньше. Это ставит в невыгодное положение малые предприятия, которые стремятся выйти на рынок и конкурировать на нем<sup>17</sup>. Данный эффект хорошо виден на примере раскрытия инфор-

мации учреждениями профессионального образования. В некоторых штатах они должны раскрывать до двадцати показателей, включая процент выпускников, количество повторных зачислений, процент сдачи экзаменов, перспективы трудоустройства выпускников и многое др.<sup>18</sup> Для создания системы сбора этой информации требуются значительные вложения, которые являются непропорционально большими для малых организаций. Кроме того, требуется внутренний мониторинг показателей, и это также фиксированные расходы, представляющие собой серьезную нагрузку для малых предприятий. Возможно, поэтому требования федерального законодательства указывать количество калорий в блюдах относятся только к сетям, включающим двадцать и более ресторанов<sup>19</sup>.

В-третьих, *обязательное раскрытие информации может подрывать другие инструменты защиты потребителей*. Например, доктрина о недобросовестности и многие законы, направленные против мошенничества, позволяют судам наказывать за наличие репрессивных мер в контрактах. Обычно суды наказывают за условия, требующие чрезмерных материальных затрат, но только в тех случаях, когда при заключении контракта были допущены процедурные нарушения<sup>20</sup>. Часто последнее требование реализуется по факту того, что нежелательный термин был скрыт или стал неожиданным для потребителя. Однако если обладатель информации выполнил требования законодательства в отношении раскрытия информации,

<sup>15</sup> См. [212, pp. 114, 115] («Прием предписанных медикаментов пожилыми пациентами составляет от 26 до 59 %...»).

<sup>16</sup> См. там же, pp. 140–143 (обзор литературы по проблеме повышения уровня исполнения медицинских предписаний пожилыми пациентами).

<sup>17</sup> Этот аргумент был выдвинут в контексте законодательства о ценных бумагах учеными Easterbrook и Fischel, см. [213, pp. 669, 671].

<sup>18</sup> См., например, CAL. VEN. CODE § 11200 (b) (1) (West Supp. 2009) (требование раскрытия информации школами для нарушителей ПДД); 105 ILL. COMP. STAT. ANN. 425/15.1 (West 2006) (требование раскрытия подробной информации в отношении приема студентов в профессиональные учебные заведения); 225 ILL. COMP. STAT. 410/3B-12(a) (2007) (многочисленные требования раскрытия информации о приеме учащихся на курсы косметологии, индустрии красоты и маникюра); N.J. ADMIN. CODE § 13:23-5.16 (Supp. 2010) (требование раскрытия информации автошколами).

<sup>19</sup> Patient Protection and Affordable Care Act, Pub. L. No. 111-148, § 4205, 124 Stat. 119, 573 (2010) (кодифицировано в 21 U.S.C. § 343 (q) (5)); См. также N.Y., N.Y., NEW YORK CITY Health Code tit. IV, pt. A, art. 81, § 81.50 (2008).

<sup>20</sup> См., например, Williams v. First Gov't Mortg. & Investors Corp., 225 F.3d 738, 748 (D.C. Cir. 2000) (утверждается, что в рамках общего права недобросовестность подразумевает как отсутствие «разумного выбора», так и «чрезмерно благоприятные» условия контракта).



т. е. если он может предъявить форму, подписанную потребителем, то последний не может заявить, что он не знал<sup>21</sup>. Условия, которые в ином случае были бы признаны скрытыми, уже нельзя считать таковыми, хотя всем известно, что люди обычно лишь просматривают раскрываемую информацию, не читая ее. Так, если имело место раскрытие пусть даже пустой, но правильно оформленной информации, то контракт будет признан действительным, какими бы спорными ни были его условия. Самое удивительное, что сами законодатели признают этот эффект. В докладе федерального правительства о грабительских займах сообщалось, что «требование раскрывать информацию в письменном виде, при условии отсутствия других форм защиты, может иметь ненамеренный эффект мошенничества или обмана»<sup>22</sup>. Таким образом, в контексте стандартных договоров требование обязательного раскрытия информации может иметь обратный эффект<sup>23</sup>.

Аналогичный обратный эффект может иметь место, когда обладатель информации, выполняющий требования законодательства, в то же время вступает в другие, более рискованные, формы договорных отношений. Обладатель информации может иметь стратегические причины противодействовать сдерживающему эффекту обязательного раскрытия информации, предоставляя ложные или искаженные сведения, при этом считая это позволительным в отношении «защищенного» потребителя. Раскрытие информации в случае конфликта интересов может иметь подобные последствия<sup>24</sup>. Кроме того, обратный эффект может

возникнуть, когда компания отказывается от других форм защиты прав потребителей. Это хорошо известное следствие наличия предупреждения на упаковках (которые не входят напрямую в сферу обязательного раскрытия информации, но размещаются в соответствии с законом об ответственности производителя за качество товара). Вторая версия Указа о гражданских правонарушениях (The Restatement (Second) of Torts) поясняет, что «если предупреждение было дано, продавец имеет основания считать, что оно будет прочитано и принято во внимание; товар, на котором размещено предупреждение и который является безопасным при соблюдении указанного предупреждения, не может расцениваться как некачественный или представляющий опасность»<sup>25</sup>. Производитель, который в ином случае был бы обвинен в создании небезопасного товара, его недобросовестном маркетинге или других формах нарушения прав потребителя, таким образом избегает ответственности и не стремится сделать товар более безопасным.

Обязательное раскрытие подрывает и другую форму защиты прав потребителя: его заботу о собственном благополучии. Раскрытие информации придает любой сделке «видимость законности» и снижает уровень осторожности потребителей и их стремление защитить свои права. Наличие множества официальных документов вызывает ложное ощущение, что государственные структуры стоят на страже, отслеживают и устанавливают нормы, поэтому можно снизить уровень бдительности и осторожности<sup>26</sup>.

Обязательное раскрытие информации может не только подрывать другие инструменты защиты прав

<sup>21</sup> См., например, там же, pp. 749–751 (не обнаруживается нарушения закона TILA, если истец подписал заявление о раскрытии информации, требуемое в рамках этого закона).

<sup>22</sup> Hud-treasury Task Force on Predatory Lending, Curbing Predatory Home Mortgage Lending 17-18 (2000), p. 67. URL: <http://www.huduser.org/publications/pdf/treasrpt.pdf>.

<sup>23</sup> См. [214, pp. 83, 89–94] (предупреждение, что «требование обязательного раскрытия информации на веб-сайте не расширяет, а сокращает права потребителя»); см. также *Riensch v. Cingular Wireless LLC*, No. 06-1325, 2006 WL 3827477, pp. 7–8 (W.D. Wash. Dec. 27, 2006) (оспаривается обвинение в недобросовестности, поскольку потребитель обладает неограниченным временем для изучения пункта об арбитраже, а значит, имеет возможность понять все условия).

<sup>24</sup> См. [140, p. 22] (делается вывод, что раскрытие информации о конфликте интересов «может не достигнуть своей цели, поскольку (1) дает консультантам стратегическую причину и моральное оправдание для еще более интенсивного

продвижения своих предложений и (2) не приводит к такому существенному изменению условий сделки, которое могло бы противодействовать этому эффекту»).

<sup>25</sup> RESTATEMENT (SECOND) OF TORTS § 402A cmt. J (1965). Признается, что предупреждение «либо не видят, либо не обращают на него внимания». Третья версия указа (the Restatement (Third) of Torts) устанавливает другую формулировку. RESTATEMENT (THIRD) OF TORTS: PRODUCTS LIABILITY § 2 cmt. 1, reporter's note on cmt. 1 (2008). Однако в Третьей версии признается, что «если нельзя применить измененную версию без риска, то адекватные инструкции и предупреждения являются достаточными для признания безопасности продукта». Там же, § 2 cmt. 1.

<sup>26</sup> См. [16, pp. 794–795] («Раскрытие информации придает процедуре займа видимость законности и полномочности как в глазах заемщика, когда он берет заем, так и в глазах юридических организаций и судов, когда они рассматривают эту сделку»).

потребителей, но и подавлять их развитие. В тех случаях, когда инструменты защиты являются результатом законодательных и регулирующих усилий, законодатели, разрабатывающие требования обязательного раскрытия, могут счесть свою миссию выполненной и уклоняться от тяжелой работы по созданию других, более сложных и эффективных мер защиты.

В-четвертых, *обязательное раскрытие информации может приводить к неравенству*. Раскрытие информации приносит наибольшую выгоду тем, кто нуждается в нем меньше всего, и наименьшую – тем, кто нуждается в нем больше всего. Во многих исследованиях было показано, что знание кредитного рынка потребителем находится в тесной зависимости от дохода семьи и уровня образования<sup>27</sup>. Показано также, что информация об автомобиле, показаниях одометра, гарантиях и т. д. при покупке подержанных машин не приносит выгоды бедным покупателям [75, р. 717]. Бедные покупатели всегда оказываются в менее выгодном положении, чем другие (по многим причинам), и обязательное раскрытие информации может только усугубить это неравенство – возможно, потому, что бедные имеют сравнительно меньше возможностей использовать эту информацию.

В контексте стандартных соглашений раскрываемые условия дают дополнительные преимущества более искушенным потребителям, тогда как расходы несут все потребители. Например, соглашение компании Comcast включает следующее условие, написанное мелким шрифтом:

**ПРАВО ОТКАЗА ОТ СОГЛАШЕНИЯ: ОТКАЗ ОТ СОГЛАШЕНИЯ В ОТНОШЕНИИ АРБИТРАЖА ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ ПУТЕМ ПИСЬМЕННОГО УВЕДОМЛЕНИЯ КОМПАНИИ В ТЕЧЕНИЕ 30 ДНЕЙ ПОСЛЕ ПЕРВОГО ПОЛУЧЕНИЯ ДАННОГО СОГЛАШЕНИЯ. УВЕДОМЛЕНИЕ МОЖЕТ БЫТЬ ОТПРАВЛЕНО ЧЕРЕЗ ВЕБ-САЙТ [www.comcast.com/arbitrationoptout](http://www.comcast.com/arbitrationoptout) ИЛИ ПО ПОЧТЕ...**<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Понимание потребителями условий кредита и раскрываемой информации положительно коррелирует с их уровнем дохода и образования. См. [18, р. 266] (показано, что верное понимание потребителями показателя годовой процентной ставки коррелирует с их уровнем дохода); [215, pp. 23, 34] («Понимание условий кредита прямо и существенно коррелирует с уровнем дохода и образования в семье»).

<sup>28</sup> Comcast Agreement for Residential Services, Comcast, f 13.c (2010).

При отказе от обязательного арбитража потребители могут подать в суд индивидуальный или групповой иск, но эти сложные действия доступны лишь искушенным пользователям. Однако по правилам компании Comcast расходы на такие затратные действия перераспределены между всеми потребителями. Аналогичная ситуация наблюдается среди пользователей кредитных карт: взносы и высокие процентные ставки идут на оплату преимуществ (таких как низкие процентные ставки или авиамилы), которыми пользуются лишь искушенные пользователи<sup>29</sup>. Раскрываемая информация помогает им избегать высоких выплат, а расходы покрываются за счет перекрестного субсидирования.

Наверное, нигде неравенство, порождаемое раскрытием информации, не выглядит таким явным и не приносит таких огорчений, как в здравоохранении. «Во многих исследованиях было показано, что более низкий образовательный уровень [пациентов] отрицательно влияет на понимание и память. Кроме того, запоминание информации снижается с возрастом. Исследования пожилых пациентов показывают, что показатели понимания и памяти находятся в прямой зависимости от объема словарного запаса» [102, р. 4 (без сносок)]. Очевидно и хорошо доказано, что «в Соединенных Штатах существуют значительные различия в состоянии здоровья малоимущих и более состоятельных граждан» [217, pp. 48, 49]. Ресурсы, затрачиваемые на обеспечение раскрытия информации, – это те ресурсы, которые могли бы быть потрачены на то, в чем особенно нуждаются бедные: более качественные медицинские услуги. В то же время именно эти ресурсы приносят выгоду более обеспеченным, поскольку информация приносит наибольшую пользу грамотным<sup>30</sup>.

<sup>29</sup> См. [216, pp. 106, 110–111] (описание способов эксплуатации невежества потребителей со стороны эмитентов кредитных карт, например, привлекательные процентные ставки и перенос менее привлекательных условий на конец срока договора).

<sup>30</sup> См., например, [147, р. 553] (сообщается, что уровень медицинских знаний пациентов коррелирует с их уровнем знаний о своей болезни); [8, pp. 62–65] (изучение эффекта повышения неравенства в результате раскрытия информации, которую бедные в наименьшей степени были способны прочитать и понять, имея при этом более высокие показатели хронических заболеваний).

Обязательное раскрытие информации не только приносит богатым больше пользы, чем бедным, но и ненамеренно и несправедливо вынуждает бедных субсидировать богатых. «Специальные предложения» кто-то должен оплачивать. Продавцы часто возмещают свои издержки на «специальные предложения» (доступные только продвинутым пользователям) за счет повышения стоимости множества сделок «для рядового потребителя»<sup>31</sup>. Мы уже упоминали об эффекте перераспределения в случае больничных «отчетных карт», когда обязательное раскрытие информации о показателях «качества услуг» приводит к увеличению выгоды для более здоровых пациентов и расходов для менее здоровых<sup>32</sup>.

<sup>31</sup> См. в целом [199, pp. 70–71] (показано, что поставщики скрывают в тексте стандартных договоров условия, более благоприятные для некоторых категорий потребителей, «чтобы не расстраивать тех, кто не получает этих выгодных условий»).

<sup>32</sup> См., например, [49, pp. 761, 765–766] (доказывает, что снижение смертности от операций по коронарному шунтированию в Нью-Йорке обусловлено в первую очередь мерами по «повышению качества» в больницах после введения практики сбора и анализа данных об исходах операций со стороны государственных органов); [50, pp. 945, 950–953] (доказывает, что в результате введения практики оценки исходов кардиохирургических операций в больницах Нью-Йорка с помощью отчетных карт повысилась рыночная доля больниц с более благоприятными исходами); [51, pp. 993, 999] (вывод, что специализация больниц на операциях шунтирования «потенциально является методом повышения благоприятных исходов при сохранении доступности для пациента»). Статистическую критику данных исследований см. [52, pp. 1229, 1230], где описываются противоречия в открытых данных об уровне смертности от кардиохирургических операций и высказываются опасения, что эти данные могут неверно отражать тяжесть состояния пациентов. См. также [53, p. 2098] (изучение последствий «мер медицинского воздействия при лечении диабета» и вывод о том, что эти меры могли привести к игнорированию врачами «пациентов, требующих более высоких первоначальных затрат, хуже соблюдающих предписания и слабее реагирующих на лечение»); [54] (вывод, что в частных домах для престарелых общий уровень качества обслуживания не повысился после введения открытых отчетных карт, поскольку существующие ресурсы были просто перераспределены в пользу тех аспектов, которые представлены в отчетных картах); [55, pp. 555–556] (показано, что введение отчетных карт в Нью-Йорке и Пенсильвании привело к тому, что медицинские учреждения стали неохотно обслуживать более тяжелых пациентов, что вызвало «ухудшение здоровья» и «снижение личного и социального благополучия»); [там же, pp. 581–584]; [56, pp. 790, 817] (изучение реакции пациентов на отчетные карты Medicare с учетом независимых рыночных факторов) и соответствующий текст (обсуждение эффекта от введения больничных отчетных карт).

Неравенство встроено в требование обязательного раскрытия информации. Изначально бедные имеют больше проблем и меньше ресурсов. Они выплачивают более высокие проценты, имеют дело с менее надежными арендодателями, обладают меньшей информацией о финансовых аферах, более склонны прибегать к сомнительным финансовым схемам, им сложнее получить профессиональную помощь и т. д. Им приходится принимать более сложные решения, чем обеспеченным людям. Однако принцип обязательного раскрытия информации призван сделать людей ответственными за свои решения и за защиту от рисков путем предоставления им информации. Таким образом, бедные сталкиваются с более серьезными проблемами, которые требуют большего количества информации и опыта, но при этом у них меньше возможностей использовать эту информацию. Возникает неравенство, так как всем предоставляется доступ к некоему преимуществу, но воспользоваться им могут не все – лишь «элита». Это неравенство только возрастает, когда плата за преимущество распределяется равномерно между бедными и обеспеченными.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

### За пределами требования обязательного раскрытия информации

Данная работа преследовала четыре цели. Во-первых, определить метод регулирования, который широко применяется, но редко анализируется в междисциплинарных исследованиях. Во-вторых, показать, насколько широко – хотя и беспорядочно – используется этот метод. В-третьих, показать, что он в основе своей неэффективен. В-четвертых, объяснить, почему обязательное раскрытие информации не достигает своей цели и каковы механизмы, препятствующие ее достижению.

Мы могли бы поставить и пятую цель: предложить законодательную альтернативу. Этот вопрос слишком масштабен, чтобы охватить его в одной статье. Однако логика нашей аргументации состоит в том, что на этот вопрос нельзя ответить однозначно, а может быть, ответа вообще не существует. Требование обязательного раскрытия информации используется в таком множестве различных ситуаций, при этом принимаются настолько разнообразные решения, причем самыми разными людьми, поэтому почти невероятно, что эти проблемы можно решить с помощью единственного

средства. В последней части нашей работы мы хотим предупредить возможные неверные выводы из нашей аргументации и указать на некоторые направления дальнейших исследований.

### А. Простая информация

Мы рассмотрели трудности, которые люди испытывают при получении и использовании информации. Как уже не раз подчеркивалось, мы не отрицаем, что информация может быть полезной. В тех случаях, когда люди принимают решения регулярно, они становятся экспертами в этой области. Но в таких случаях им и не требуется – и они это чувствуют – большого объема раскрываемой информации.

Как же обстоит дело с решениями, которые принимаются нерегулярно? В этих случаях люди обычно не обладают обширными знаниями. Может ли обязательное раскрытие информации помочь им? Наше исследование показало, что основными препятствиями являются объем, сложность и трудности с восприятием информации. Отсюда следует, что краткость, простота и понятность информации являются как минимум ее преимуществами. Но насколько краткой, простой и понятной она должна быть, чтобы принести пользу кому-то еще, кроме тех, кто и так уже имеет преимущества? Настоящих свидетельств этому почти нет, но мы имеем основания считать, что информация должна быть *очень* краткой, простой и понятной – возможно, до степени использования символов вместо слов. Например, в округе Лос-Анджелес было введено требование маркировать санитарное состояние ресторанов путем выставления в витринах больших карточек с буквами А, В, С. Это привело к увеличению потока посетителей в ресторанах с более высокой оценкой и, в свою очередь, к улучшению санитарного состояния всех ресторанов<sup>33</sup>. Такая информация доступна для восприятия каждым человеком, причем единственного сигнала достаточно для выбора ресторана потребителем. Аналогичным образом, когда в рамках требования обязательного раскрытия информации сообщается только уровень удовлетворенности потребителей,

<sup>33</sup> См. [218, pp. 409, 449] (показано, что «использование рейтинга значительно снижает количество госпитализированных с пищевыми отравлениями и что этот эффект не может быть полностью объяснен переключением потребителей на рестораны с более высокими показателями санитарного состояния»).

а не лавина показателей, это имеет явные, эмпирически доказанные последствия. Например, пользователи программы Medicare, получавшие такую информацию, переключались на программы медицинского страхования с более высокими показателями удовлетворенности потребителей<sup>34</sup>.

Кроме того, вероятно, что краткость, простота и понятность информации имеют наибольший эффект, когда являются частью более обширной программы социальных изменений. Иногда цель раскрытия информации состоит не столько в том, чтобы люди могли сделать наилучший выбор, сколько в том, чтобы они сделали выбор, наилучший для законодателя. Такова, например, цель предупреждений на сигаретных пачках, надписи о вреде алкоголя при беременности, многие факты о питательных веществах и так далее. Такое раскрытие информации направлено в большей степени на убеждение, чем на просвещение. Кроме того, некоторые предупреждения нацелены на то, чтобы убедить самих обладателей информации изменить свое поведение, а не на передачу информации как таковую. Примерами этого являются отчетные карты о санитарном состоянии ресторанов и сообщения о количестве калорий в фастфуде.

Но как часто и в каких масштабах можно представить в виде рейтингов, буквенных обозначений и символов даже самые несложные факты и сведения? Преимущества простоты очевидны, поэтому она издавна является заветной целью раскрытия информации. В некоторых областях раскрытия информации используются простые балльные рейтинги. Например, в исследовании Федеральной торговой комиссии предложено упростить документы для ипотечного кредитования в рамках закона ТПА, чтобы повысить степень их понятности для заемщиков<sup>35</sup>.

<sup>34</sup> См. [56, p. 817] (показано, что «эффект от отчетных карт... полностью зависит от реакции бенефициариев на рейтинги удовлетворенности потребителей; другие исследованные качественные показатели... не влияли на количество участников программ»).

<sup>35</sup> См. [170, pp. 518–519] (показано, что участники экспериментов, получавшие текст раскрытия информации, составленный специально для этого исследования, «правильно ответили в среднем на 80 % вопросов об условиях займа, тогда как участники, получавшие текст раскрытия информации, составленный в соответствии с требованиями закона об обязательном раскрытии информации, правильно ответили в среднем на 61 % вопросов»).

В целом, однако, перспективы не слишком обнадеживают. Далеко не все можно упростить, да и рецепт от проблем обязательного раскрытия информации не исчерпывается одной рекомендацией «будьте проще». Во-первых, иногда даже эта рекомендация может иметь негативные последствия. Если раскрытию подлежит только самая простая информация, к ней привлекается непропорционально большой объем внимания получателей информации. В результате может получиться эффект «натаскивания на вопросы теста», тогда как другие важные аспекты сделки остаются в тени.

Во-вторых, раскрываемая информация обычно нацелена на качественные показатели: калорийность, уровень смертности, качество медицинского ухода, стоимость кредита, риски. Чтобы эта информация была полезной, нужно иметь возможность предсказать влияние раскрываемой информации на удовлетворенность потребителя. Такие предсказания не только сложны, но и ненадежны, поскольку удовлетворенность зависит от многих факторов и уступок. Кроме того, люди обладают разными способностями в области использования информации, и самые слабые участники рынка – бедные, необразованные люди с особыми потребностями – хуже всего могут воспользоваться информацией. Это было доказано в отношении больничных отчетных карт и, вероятно, относится также к новому закону об указании «страны происхождения» на пищевых этикетках<sup>36</sup>.

В-третьих, люди имеют различные предпочтения и поводы для тревоги, и раскрываемая информация может представлять для них различную ценность. В самом деле, именно эту неоднородность сторонники свободного рынка и автономии и считают идеологической подоплекой обязательного раскрытия информации. Для некоторых заемщиков важна годовая процентная ставка, для других – структура долга или оплата за превышение кредита. Сделки, требующие раскрытия информации, сложны и многообразны. Отдельные аспекты этих сделок имеют значение для одних участников и не важны для других. Простые

качественные показатели фиксируют внимание людей на отдельном аспекте, но это может не отвечать их интересам. В условиях неоднородности получателей и сложности необходимой им информации обычно очень трудно свести всю ее к одному простому баллу.

В-четвертых, требование обязательного раскрытия информации эффективно только в случае безупречного законодательства. Если бы появилась идеальная форма раскрытия информации или обобщения данных, законодатель должен был бы распознать и закрепить эту форму. Но, как мы отмечали ранее, законодатели по многим причинам чрезмерно используют обязательное раскрытие информации и устанавливают очень широкие стандарты раскрытия. Дополнительные требования раскрытия информации, направленные на решение новых проблем, сводят на нет всю простоту прежних законов. Это происходит потому, что та самая черта, которая делает раскрытие эффективным, – его простота – не позволяет ему отвечать разнородным потребностям различных людей и обстоятельств. Но, как только простую информацию начинают дополнять, возвращается проблема количества. Этикетки с данными о питательных веществах уже идут по этому пути, а законодатели продолжают добавлять на них все новые факты (например, страна происхождения, ГМО, предупреждения об аллергических реакциях, более подробные сведения о питательных веществах и токсинах).

Мы скептически относимся к возможности исправить все недостатки обязательного раскрытия информации, однако не утверждаем, что оно в принципе не может работать. Неэффективность не является неотъемлемым свойством ни режима раскрытия информации как такового, ни его обязательности. Скорее всего, систему подрывает динамический характер законодательного процесса в этой области – стремление решить множество проблем с помощью единственного метода, а именно передачи информации не подготовленным к этому людям с целью сделать принимаемые ими решения более разумными и эффективными.

### **В. От информации к рекомендации**

Если простых данных недостаточно, если для принятия решения требуется значительный объем информации и для правильного использования этой информации требуется опыт, то обязательное рас-

<sup>36</sup> См. 19 U.S.C. § 1304 (2006) (обязательная маркировка любых импортных товаров и упаковок с указанием страны происхождения); 7 C.F.R. §§ 60.200-300 (2010) (подробная информация об указании страны происхождения на этикетках сельскохозяйственной продукции).

крытие сталкивается с трудностями, которые мы рассмотрели выше.

Исходная предпосылка обязательного раскрытия сведений состоит в том, что информация поможет людям принимать более правильные решения. Мы показали, что эмпирическая история обязательного раскрытия информации – это история провала. Проблему количества в принципе невозможно решить, пока раскрываемые сведения не станут предельно простыми, неполными и, в сущности, обманчивыми. Проблема аккумуляции приведет требование обязательного раскрытия информации к краху даже в том случае, если получится решить проблемы с индивидуальными перегрузками. Идеологическая основа обязательного раскрытия информации – его соответствие как теории рынка, так и теории автономии – состоит в том, чтобы возложить выбор, а значит, также риски и ответственность на наименее информированного и наиболее неискушенного человека, принимающего новое для себя сложное решение. Для самых уязвимых граждан это может иметь печальные последствия, а рядовые потребители оказываются неподготовленными в ситуации трудного выбора.

Мы не можем предложить новой панацеи для замены старой. В самом деле, ведь мы уже отвергли предположение, что единственное средство способно чудесным образом помочь в любых ситуациях, когда приходится делать выбор. Но мы можем предложить, по крайней мере, направление для построения гипотезы и исследования. Требование обязательного раскрытия информации ставит вопрос: «Что люди *должны* знать для принятия эффективного решения?» Мы же поставим вопрос по-другому: «Что они *хотят* знать?» Если отбросить воображаемый мир обязательного раскрытия информации и посмотреть на то, как люди в реальности принимают решения, то мы увидим, что они в целом ищут – а рынок часто предоставляет – не данные, а рекомендации.

В ситуации выбора люди часто обращаются за помощью к друзьям. Если нужен слесарь, дантист, страховой агент, брокер по ипотеке, люди опрашивают свое окружение в поисках советов, которым они могут доверять и которыми смогут воспользоваться. Многие из этих советов имеют форму общих рекомендаций, основанных на личном мнении, поскольку лучший способ предсказать благоприятный результат – это оценить степень удовлетворенности других. Чем шире

сеть рекомендаций, тем более надежна информация, но и сложнее объединить все мнения в единую полезную рекомендацию.

Многие рынки добровольно предоставляют такую информацию в чрезвычайно удобной форме – в виде обобщенных рекомендаций товара или услуги, исходящих от пользователей. Многие рынки зависят от мнения потребителей. Так, бизнес-модель сервиса eBay основана на готовности покупателей производить предварительную оплату за товары анонимных продавцов, что стало возможным во многом благодаря надежности рейтингов продавцов – единых показателей, отражающих процент удовлетворенности покупателей. Аналогичным образом Expedia.com формирует рейтинг отелей, Zagat – ресторанов, CNET.com – электронных устройств и их розничных продавцов, Amazon – продавцов книг (и множества других товаров), а Netflix – кинофильмов. Некоторые сервисы пытаются совершенствовать рейтинги, ранжируя тех, кто выставляет оценки, создавая таким образом полноценный средневзвешенный рейтинг. Коротко говоря, потребители оценивают бесчисленные рыночные транзакции с товарами и услугами, от блендеров и пиццы до врачей и преподавателей.

Еще один вариант помощи потребителям вместо обычной передачи информации – это предоставление им совета специалиста. Такой совет бывает двух видов. В некоторых областях, где действует требование обязательного раскрытия информации, эксперт дает персональный совет конкретному клиенту. Это регулярно делают врачи, финансовые консультанты, бухгалтеры, брокеры и др. Например, многие люди после получения от страхового агента полной информации предоставляют ему возможность принять решение. В другой раз они просто пропускают раскрытие информации. Аналогичным образом пациенты часто предпочитают, чтобы врач предложил лечение, объяснил его и получил (по большому счету символическое) согласие пациента.

Проблема с экспертом, конечно, в том, что он должен быть действительно экспертом и действительно действовать в интересах клиента, без влияния конфликта интересов и других противоречий. Это нелегко обеспечить. К сожалению, именно обязательное раскрытие информации до сих пор является одним из основных способов это сделать, что как минимум парадоксально: эксперты и нужны в первую очередь

потому, что люди не могут полностью полагаться на раскрытие информации. Так каким же образом раскрытие информации может убедить клиентов, что эксперты действуют добросовестно? Кроме того, обязательное раскрытие ограничивает даже добросовестных экспертов. Строгие рамки требования раскрытия предписывают специалистам сообщать своим клиентам определенную информацию. В нашей работе мы показали, что это не всегда отвечает интересам клиентов. Мы также отметили, что такая процедура может парадоксальным образом снизить уровень ответственности эксперта перед клиентом и стремление оказать ему помощь<sup>37</sup>.

Вторая форма рекомендаций специалиста представляется в виде общих советов, которые могут быть платными. В основных секторах рынка давно предлагаются мнения экспертов. Такие рекомендации могут даваться за деньги, как делает журнал Союза потребителей Consumer Reports, однако многие бесплатны.

Например, выбирая сенатора, избиратели могут проконсультироваться с рейтингами AFL-CIO или NRA. Выбирая ресторан, глава семейства может считать количество звезд Мишлен. Покупая вино, знатоки проверят рейтинг по Роберту Паркеру.

Некоторые простые виды раскрываемой информации и рейтингов помогают потребителям другими способами, не нагружая их сложными сведениями. Оказывается, если на витринах ресторанов в Лос-Анджелесе появляются таблички с буквами, символизирующими их санитарное состояние, то это заставляет некоторые из ресторанов стараться повысить свой рейтинг<sup>38</sup>. Вполне вероятно, что потребительские рейтинги могут оказывать такое же воздействие. Продавцы на eBay обычно стремятся избежать отрицательных отзывов. Когда раскрытие

информации заставляет обладателей информации меняться к лучшему (а не просто пытаться манипулировать обратной связью и рейтингами), получателям информации можно не столько заниматься обработкой этой информации, сколько (как в рекламном лозунге) покупать с удовольствием<sup>39</sup>.

Иногда рекомендация – будь то обобщенное мнение множества потребителей или совет эксперта – не помогает рядовому потребителю получить преимущество перед искушенным пользователем. Еще один способ помочь людям принимать верные решения – это «направить» их с помощью закона, но без наложения обязанностей<sup>40</sup>. Суть такого «направления» – не навязывать людям решения, а создать условия и мотивации, ведущие к принятию эффективных решений, оставляя возможность отказаться от них при желании [222]. Например, можно создать такие условия, когда люди по умолчанию оказываются в наиболее выгодном для себя положении и охраняют это положение при наименьших затратах. Яркий пример такой ситуации – законодательство о распоряжении имуществом в отсутствие завещания. Другой пример – перечисление некоторыми работодателями пенсионных отчислений напрямую на пенсионные счета сотрудников, поскольку общественное мнение поддерживает стремление откладывать средства на пенсию. Однако при этом сотрудники могут отказаться от подобной формы отчислений. Еще один пример – требование к продавцам предлагать простые, стандартные условия сделок<sup>41</sup>. Это дает возможность сравнивать однотипные условия между собой и способствует конкуренции. При этом продавцы могут предлагать и более сложные условия сделок.

<sup>37</sup> См., например, [23, pp. 188–190] (отмечается, что бюрократизация медицинского обслуживания и переход обслуживания от отдельных врачей к «организации, где работают врачи», привели к «ослаблению связей врачей с пациентами и чувства ответственности перед ними»). Сравните принцип информированного согласия в медицине с совершенно другими принципами, которые действуют во взаимоотношениях адвокатов и их клиентов. См., например, MODEL RULES OF PROF'L CONDUCT R. 1.2 cmt. (2009) («Клиенты обычно полагаются на специальные знания и опыт своих адвокатов в отношении способов, которые помогают им достичь поставленных целей...»).

<sup>38</sup> См. [218] и соответствующий текст.

<sup>39</sup> См., например, [219].

<sup>40</sup> См., например, [220, pp. 1340, 1343] (заявляется, что законодатели должны установить безусловные требования для «достижения законных и значимых целей здравоохранения»); [221, с. 495–497] (вводится концепция о том, что в семейном праве закон выполняет направляющую функцию, «создавая, формируя, поддерживая и развивая социальные институты»).

<sup>41</sup> Администрация Обамы недавно выдвинула подобное предложение. См. U.S. DEP'T OF THE TREASURY, FINANCIAL REGULATORY REFORM: A NEW FOUNDATION, at 66–67 (2009). URL: [http://www.financialstability.gov/docs/regs/FinalReport\\_web.pdf](http://www.financialstability.gov/docs/regs/FinalReport_web.pdf) (рекомендуется разработать особый тип ипотечного договора, «понятный потребителям», и предлагать его наряду с другими типами контрактов).

Более агрессивный способ использовать закон для помощи рядовым потребителям – это сделать незаконными те действия, которые наиболее вероятно приводят к неверным решениям. В данной статье мы не рассматриваем, могут ли какие-либо действия приводить к настолько неверным решениям, что их необходимо вывести за рамки закона. Закон НОЕРА, принятый в 1994 г. для внесения поправок в закон ТИЛА, сделал шаг за пределы обязательного раскрытия информации. В целях борьбы с грабительскими займами закон запретил устанавливать ряд условий, например, штрафы за досрочное погашение, шаровые займы, условие о сокращении срока исполнения обязательств, некоторые пени<sup>42</sup>. Аналогично после недавних реформ на рынке кредитных карт были запрещены некоторые традиционные опции, часто приводившие к нежелательным результатам<sup>43</sup>. Очевидно, что при этом могут исчезнуть и те опции, которые выгодны некоторым

потребителям. Так, рискованные ипотечные контракты дают возможность иметь жилье тем, кто иначе не мог бы его купить. Таким образом, в какой-то момент положительные последствия перевешивают издержки. Задача законодателей – определить эту грань.

Цель данной статьи – не в том, чтобы указать на области, требующие законодательного запрета. Наша задача – показать, что иногда такие меры неизбежны и их нельзя заменить на внешне более простые решения, такие как парадигма обязательного раскрытия информации. Если, как мы показали в статье, обязательное раскрытие редко выполняет свои задачи, то законодатели должны тщательно проанализировать социальные проблемы и найти эффективные решения. В любом случае неверно думать, что автономия граждан повысится от того, что им дали возможность принимать решения на основе обязательного раскрытия информации.

#### Список литературы / References

1. Rubin E. L. Legislative Methodology: Some Lessons from the Truth-in-Lending Act, *Geo. L. J.*, 1991, vol. 80, pp. 233–234.
2. Miller T. E., Sage W. M. Disclosing physician financial incentives, *JAMA*, 1999, vol. 281, No. 15, pp. 1424–1430.
3. Sage W. M. Regulating through information: disclosure laws and American health care, *Columbia Law Review*, 1999, pp. 1701–1829.
4. Krause J. H. Reconceptualizing informed consent in an era of health care cost containment, *Iowa L. Rev.*, 1999, vol. 85, pp. 261.
5. Craswell R. Taking information seriously: Misrepresentation and nondisclosure in contract law and elsewhere, *Virginia Law Review*, 2006, vol. 92, pp. 565–632.
6. Craswell R. Property Rules and Liability Rules in Unconscionability and Related Doctrines, *The University of Chicago Law Review*, 1993, vol. 60, No. 1, pp. 1–65.
7. Rubin E. L. Toward a General Theory of Waiver, *UCLA L. Rev.*, 1980, vol. 28, pp. 478.
8. Schneider C. E., Hall M. A. The Patient Life: Can Consumers Direct Health Care?, *American Journal of Law & Medicine*, 2009, vol. 35, No. 1, pp. 7–65.
9. Pear R. Bush Proposes Linking the Medicare Drug Premium to Beneficiaries' Income, *N.Y. Times*, Feb. 16, 2008, pp. A15.
10. Colb S. F. The Supreme Court Holds that Responding to Police Interrogation Waives the Right to Remain Silent, *FINDLAW*, June 7, 2010, available at: <http://writ.news.findlaw.com/colb/20100607.html>
11. Beales H., Craswell R., Salop S. C. The efficient regulation of consumer information, *The Journal of Law and Economics*, 1981, vol. 24, No. 3, pp. 491–539.
12. Mitford J. *The American way of death revisited*, Vintage, 2000.
13. Chang Y.-C. R., Sherman H. Consumer credit search behaviour, *International Journal of Consumer Studies*, 1992, vol. 16, No. 3, pp. 207–227.
14. McAlexander J. H., Scammon D. L. Are disclosures sufficient? A micro analysis of impact in the financial services market, *Journal of Public Policy & Marketing*, 1988, No. 7, pp. 185–202.

<sup>42</sup> 12 C.F.R. §§ 226.31–.34 (2010).

<sup>43</sup> См., например, Credit Card Accountability Responsibility and Disclosure Act of 2009 § 105, 15 U.S.C. 1637(n) (2006 & Supp. III 2009).



15. Brandt W. K., Day G. S. Information Disclosure and Consumer Behavior: An Empirical Evaluation of Truth-in-Lending, *U. Mich. J.L. Reform*, 1973, vol. 7, p. 297.
16. Willis L. E. Decisionmaking and the limits of disclosure: The problem of predatory lending: Price, *Md. L. Rev.*, 2006, vol. 65, p. 707.
17. Lee J., Hogarth J. M. The price of money: Consumers' understanding of APRs and contract interest rates, *Journal of Public Policy & Marketing*, 1999, No. 18, pp. 66–76.
18. Kinsey J., McAlister R. Consumer Knowledge of the Costs of Open-end Credit, *Journal of Consumer Affairs*, 1981, vol. 15, No. 2, pp. 249–270.
19. Shaffer S. I. The competitive impact of disclosure requirements in the credit card industry, *Journal of Regulatory Economics*, 1999, vol. 15, No. 2, pp. 183–198.
20. Willis L. E. Against Financial-Literacy Education, *Iowa L. Rev.*, 2008, vol. 197, No. 94.
21. Holzer J. Geithner: New Bureau To Focus On Improved Disclosures, *Foxbusiness*, Sept. 21, 2010, available at: <http://www.foxbusiness.com/markets/2010/09/21/geithner-new-bureau-focus-improved-disclosures>
22. Schneider C. E. After Autonomy, *Wake Forest L. Rev.*, 2006, vol. 411, No. 41, pp. 417–425.
23. Schneider C. E. *The practice of autonomy: patients, doctors, and medical decisions*, Oxford University Press on Demand, 1998.
24. Garrison M., Schneider C. E. *The law of bioethics: individual autonomy and social regulation*, 2<sup>nd</sup> ed., 2009.
25. Braddock I., Clarence H., Edwards K. A., Hasenberg N. M., Laidley T. L., Levinson W. Informed decision making in outpatient practice: time to get back to basics, *Jama*, 1999, vol. 282, No. 24, pp. 2313–2320.
26. Paasche-Orlow M. K., Taylor H. A., Brancati F. L. Readability standards for informed-consent forms as compared with actual readability, *New England Journal of Medicine*, 2003, vol. 348, No. 8, pp. 721–726.
27. Schwarze M. L., Sayla M. A., Alexander G. C. Exploring patient preferences for infrainguinal bypass operation, *Journal of the American College of Surgeons*, 2006, vol. 202, No. 3, pp. 445–452.
28. Herz D. A., Looman J. E., Lewis S. K. Informed consent: is it a myth?, *Neurosurgery*, 1992, vol. 30, No. 3, pp. 453–458.
29. Fagerlin A., Lakhani I., Lantz P. M., Janz N. K., Morrow M., Schwartz K., Deapen D., Salem B., Liu L., Katz S. J. An informed decision?: Breast cancer patients and their knowledge about treatment, *Patient education and counseling*, 2006, vol. 64, No. 1, pp. 303–312.
30. Appelbaum P. S., Lidz C. W., Meisel A. *Informed consent: Legal theory and clinical practice*, 1987.
31. Faden R. R., Becker C., Lewis C., Freeman J., Faden A. I. Disclosure of information to patients in medical care, *Medical Care*, 1981, vol. 19, pp. 718–733.
32. Hall M. A., Dugan E., Balkrishnan R., Bradley D. How disclosing HMO physician incentives affects trust, *Health Affairs*, 2002, vol. 21, No. 2, pp. 197–206.
33. Nattinger A. B., Hoffmann R. G., Shapiro R., Gottlieb M. S., Goodwin J. S. The effect of legislative requirements on the use of breast-conserving surgery, *New England Journal of Medicine*, 1996, vol. 335, No. 14, pp. 1035–1041.
34. Joffe S., Cook E. F., Cleary P. D., Clark J. W., Weeks J. C. Quality of informed consent in cancer clinical trials: a cross-sectional survey, *The Lancet*, 2001, vol. 358, No. 9295, pp. 1772–1777.
35. Geller G., Strauss M., Bernhardt B. A., Holtzman N. A. “Decoding” Informed Consent: Insights from Women regarding Breast Cancer Susceptibility Testing, *Hastings Center Report*, 1997, vol. 27, No. 2, pp. 28–33.
36. Magid L. It pays to read license agreements, *PC Pitstop*, 2008, available at: <http://pcpitstop.com/spycheck/eula.asp> (access date: 15.11.2010).
37. Bakos Y.-N., Trossen D. R. Does Anyone Read the Fine Print? Testing a Law and Economics Approach to Standard Form Contracts, *N.Y. Univ. Sch. of Law Law & Econ. Working Paper Grp.*, 2009, available at: [http://lsr.nellco.org/nyu\\_lewp/195/](http://lsr.nellco.org/nyu_lewp/195/)
38. Hillman R. A. Online Consumer Standard Form Contracting Practices: A Survey and Discussion of Legal Implications, *Consumer Protection in the Age of the Information Economy* / ed. Winn J. K., Routledge, 2006.
39. Marotta-Wurgler F. Will Increased Disclosure Help? Evaluating the Recommendations of the ALI's «Principles of the Law of Software Contracts», *The University of Chicago Law Review*, 2011, available at: [http://www.law.uchicago.edu/files/file/Wurgler paper.pdf](http://www.law.uchicago.edu/files/file/Wurgler%20paper.pdf)
40. Fagerlin A., Schneider C. E. Enough: the failure of the living will, *Hastings Center Report*, 2004, vol. 34, No. 2, pp. 30–42.
41. Pope T. M. The maladaptation of Miranda to advance directives: a critique of the implementation of the Patient Self-Determination Act, *Health Matrix*, 1999, vol. 9, pp. 139.
42. Dresser R. Confronting the «Near Irrelevance» of Advance Directives, *J. Clinical Ethics*, 1994, No. 5, pp. 55–56.
43. Marshall M. N., Shekelle P. G., Leatherman S., Brook R. H. The public release of performance data: what do we expect to gain? A review of the evidence, *Jama*, 2000, vol. 283, No. 14, pp. 1866–1874.
44. Schneider E. C., Epstein A. M. Use of public performance reports: a survey of patients undergoing cardiac surgery, *Jama*, 1998, vol. 279, No. 20, pp. 1638–1642.

45. Epstein A. M. Rolling down the runway: the challenges ahead for quality report cards, *Jama*, 1998, vol. 279, No. 21, pp. 1691–1696.
46. Hibbard J. H., Jewett J. J., Engelmann S., Tusler M. Can Medicare beneficiaries make informed choices?, *Health Affairs*, 1998, vol. 17, No. 6, pp. 181–193.
47. Lubalin J. S., Harris-Kojetin L. D. What do consumers want and need to know in making health care choices?, *Medical Care Research and Review*, 1999, vol. 56, No. 1, suppl., pp. 67–102.
48. Hibbard J. H., Jewett J. J., Legnini M. W., Tusler M. Choosing a health plan: do large employers use the data?, *Health Affairs*, 1997, vol. 16, No. 6, pp. 172–180.
49. Hannan E. L., Kilburn H., Racz M., Shields E., Chassin M. R. Improving the outcomes of coronary artery bypass surgery in New York State, *Jama*, 1994, vol. 271, No. 10, pp. 761–766.
50. Mukamel D. B., Mushlin A. I. Quality of care information makes a difference: an analysis of market share and price changes after publication of the New York State Cardiac Surgery Mortality Reports, *Medical care*, 1998, vol. 36, No. 7, pp. 945–954.
51. Peterson E. D., DeLong E. R., Jollis J. G., Muhlbaier L. H., Mark D. B. The effects of New York's bypass surgery provider profiling on access to care and patient outcomes in the elderly, *Journal of the American College of Cardiology*, 1998, vol. 32, No. 4, pp. 993–999.
52. Green J., Wintfeld N. Report cards on cardiac surgeons – assessing New York state's approach, *New Eng. J. Med.*, 1995, vol. 332.
53. Hofer T. P., Hayward R. A., Greenfield S., Wagner E. H., Kaplan S. H., Manning W. G. The unreliability of individual physician report cards for assessing the costs and quality of care of a chronic disease, *Jama*, 1999, vol. 281, No. 22, pp. 2098–2105.
54. Lu S. F. Multitasking, Information Disclosure and Product Quality: Evidence from Nursing Homes 1-3, *Simon Sch. Working Paper*, 2009, available at: <http://ssrn.com/abstract=1340578>
55. Dranove D., Kessler D., McClellan M., Satterthwaite M. Is more information better? The effects of “report cards” on health care providers, *Journal of political Economy*, 2003, vol. 111, No. 3, pp. 555–588.
56. Dafny L., Dranove D. Do report cards tell consumers anything they don't already know? The case of Medicare HMOs, *The Rand journal of economics*, 2008, vol. 39, No. 3, pp. 790–821.
57. Walfish S., Watkins K. M. Readability level of health insurance portability and accountability act notices of privacy practices utilized by academic medical centers, *Evaluation & the health professions*, 2005, vol. 28, No. 4, pp. 479–486.
58. Hochhauser M. Readability of HIPAA privacy notices, *BENEFITSLINK.COM.*, 2003, available at: <http://benefitslink.com/articles/hipaareadability.pdf>.
59. Schneider C. E. HIPAA-crazy, *Hasting Center Rep. T.*, Jan. – Feb. 2006, pp. 10, 11.
60. Fogg B. J. et al. How Do People Evaluate a Web Site's Credibility? Results from a Large Study, *Consumer Reports WebWatch*, available at: <http://www.consumerwebwatch.org/pdfs/stanfordPTL.pdf>.
61. Mathios A. D. The impact of mandatory disclosure laws on product choices: An analysis of the salad dressing market, *The Journal of Law and Economics*, 2000, vol. 43, No. 2, pp. 651–678.
62. Jones G., Richardson M. An objective examination of consumer perception of nutrition information based on healthiness ratings and eye movements, *Public health nutrition*, 2007, vol. 10, No. 03, pp. 238–244.
63. Cowburn G., Stockley L. Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review, *Public health nutrition*, 2005, vol. 8, No. 1, pp. 21–28.
64. Rothman R. L., Housam R., Weiss H., Davis D., Gregory R., Gebretsadik T., Shintani A., Elasy T. A. Patient understanding of food labels: the role of literacy and numeracy, *American journal of preventive medicine*, 2006, vol. 31, No. 5, pp. 391–398.
65. Huizinga M. M., Carlisle A. J., Cavanaugh K. L., Davis D. L., Gregory R. P., Schlundt D. G., Rothman R. L. Literacy, numeracy, and portion-size estimation skills, *American journal of preventive medicine*, 2009, vol. 36, No. 4, pp. 324–328.
66. Ippolito P. M. *Advertising nutrition & health: evidence from food advertising, 1977–1997*, DIANE Publishing, 2002.
67. Ippolito P. M., Mathios A. D. Information, advertising, and health choices: a study of the cereal market, *Rand J. Econ.*, 1990, vol. 21, pp. 211–246.
68. Ippolito P. M., Mathios A. D. Information and advertising: The case of fat consumption in the United States, *The American Economic Review*, 1995, vol. 85, No. 2, pp. 91–95.
69. Derby B. M., Levy A. S. Do Food Labels Work?, *Handbook of marketing and society*, 2001, pp. 372–383.
70. Putler D. S., Frazao E. Assessing the effects of diet/health awareness on the consumption and composition of fat intake, *Economics of Food Safety* / ed. J. A. Caswell, 1991, pp. 247–270.
71. Rogers R. A little knowledge is a dangerous thing... Emerging Miranda research and professional roles for psychologists, *American Psychologist*, 2008, vol. 63, No. 8, p. 776.
72. Leo R. A. Questioning the relevance of Miranda in the twenty-first century, *Michigan law review*, 2001, vol. 99, No. 5, pp. 1000–1029.

73. Malone P. A. You Have the Right to Remain Silent: «Miranda» After Twenty Years, *The American Scholar*, 1986, pp. 367–380.
74. Griffiths J., Ayres R. E. A Postscript to the Miranda Project: Interrogation of Draft Protestors, *The Yale Law Journal*, 1967, vol. 77, No. 2, pp. 300–319.
75. McNeil K., Nevin J. R., Trubek D. M., Miller R. E. Market discrimination against the poor and the impact of consumer disclosure laws: The used car industry, *Law and Society Review*, 1979, pp. 695–720.
76. Fung A., Graham M., Weil D. *Full disclosure: The perils and promise of transparency*, Cambridge University Press, 2007.
77. Winston C. The Efficacy of information policy: A review of Archon Fung, Mary Graham, and David Weil's full disclosure: The perils and promise of transparency, *Journal of Economic Literature*, 2008, vol. 46, No. 3, pp. 704–717.
78. Bardach E., Kagan R. A. *Going by the book: The problem of regulatory unreasonableness*, 2<sup>nd</sup> ed., Transaction Publishers, 2003.
79. Wilson R. F. Estate of Gelsinger v. Trustees of University of Pennsylvania: Money, prestige, and conflicts of interest in human subjects research, *Health law and bioethics*, ed. S. H. Johnson et al., 2009.
80. Weinfurt K. P., Friedman J. Y., Dinan M. A., Allsbrook J. S., Hall M. A., Dhillon J. K., Sugarman J. Disclosing conflicts of interest in clinical research: views of institutional review boards, conflict of interest committees, and investigators, *The Journal of Law, Medicine & Ethics*, 2006, vol. 34, No. 3, pp. 581–591.
81. Camerer C., Issacharoff S., Loewenstein G., O'donoghue T., Rabin M. Regulation for Conservatives: Behavioral Economics and the Case for «Asymmetric Paternalism», *University of Pennsylvania Law Review*, 2003, vol. 151, No. 3, pp. 1211–1254.
82. Sunstein C. R., Thaler R. H. Libertarian paternalism is not an oxymoron, *The University of Chicago Law Review*, 2003, pp. 1159–1202.
83. McCloskey E. The Patient Self-Determination Act, *Kennedy Institute of Ethics Journal*, 1991, No. 1.
84. Hall M. A. When patients say no (to save money): an essay on the tectonics of health law, *Conn. L. Rev.*, 2008, vol. 41, pp. 743.
85. Engel K. C., McCoy P. A. A tale of three markets: The law and economics of predatory lending, *Tex. L. Rev.*, 2001, vol. 80, p. 1255.
86. Pottow J. A. Private liability for reckless consumer lending, *U. Ill. L. Rev.*, 2007, p. 405.
87. *Financial regulatory reform: a new foundation*, U.S. DEPT OF THE TREASURY, 2009, available at: [http://www.financialstability.gov/docs/regs/FinalReport\\_web.pdf](http://www.financialstability.gov/docs/regs/FinalReport_web.pdf)
88. Bar-Gill O. The law, economics and psychology of subprime mortgage contracts, *Cornell L. Rev.*, 2008, vol. 94, p. 1073.
89. Renuart E., Thompson D. E. The Truth, the Whole Truth, and Nothing but the Truth: Fulfilling the Promise of Truth in Lending, *Yale J. on Reg.*, 2008, vol. 25, p. 181.
90. Freeman J. The Good Driller Award, Op-Ed., *N.Y. Times*, July 1, 2010, p. A31.
91. Sugarman J., Powe N. R., Brillantes D. A., Smith M. K. The cost of ethics legislation: A look at the Patient Self-Determination Act, *Kennedy Institute of Ethics Journal*, 1993, vol. 3, No. 4, pp. 387–399.
92. Jordan R. L., Warren W. D. Disclosure of Finance Charges: A Rationale, *Michigan Law Review*, 1966, vol. 64, No. 7, pp. 1285–1322.
93. Kripke H. Gesture and Reality in Consumer Credit Reform, *NYUL Rev.*, 1969, vol. 44, p. 1.
94. Fishman M. J., Hagerty K. M. Mandatory Disclosure, *The new Palgrave dictionary of economics and the law*, ed. P. Newman, 1998.
95. Grossman S. J. The informational role of warranties and private disclosure about product quality, *The Journal of Law and Economics*, 1981, vol. 24, No. 3, pp. 461–483.
96. Polinsky A. M., Shavell S. Mandatory versus voluntary disclosure of product risks, *Stanford Law and Econ. Olin Working Paper*, 2006, available at: <http://ssrn.com/abstract=939546>.
97. Eskridge Jr W. N. One Hundred Years of Ineptitude: The Need for Mortgage Rules Consonant with the Economic and Psychological Dynamics of the Home Sale and Loan Transaction, *Virginia Law Review*, 1984, pp. 1083–1218.
98. Saver R. S. Medical research oversight from the corporate governance perspective: Comparing institutional review boards and corporate boards, *Wm. & Mary L. Rev.*, 2004, vol. 46, p. 619.
99. Stark D. P., Choplin J. M. A cognitive and social psychological analysis of disclosure laws and call for mortgage counseling to prevent predatory lending, *Psychology, Public Policy, and Law*, 2010, vol. 16, No. 1, p. 85.
100. Ziegler D. K., Mosier M. C., Buenaver M., Okuyemi K. How much information about adverse effects of medication do patients want from physicians?, *Archives of internal medicine*, 2001, vol. 161, No. 5, pp. 706–713.
101. Hibbard J. H., Slovic P., Jewett J. J. Informing consumer decisions in health care: implications from decision-making research, *The Milbank Quarterly*, 1997, vol. 75, No. 3, pp. 395–414.
102. Lemaire R. Informed consent – a contemporary myth?, *Bone & Joint Journal*, 2006, vol. 88, No. 1, pp. 2–7.
103. Grady C., Horstmann E., Sussman J. S., Hull S. C. The limits of disclosure: what research subjects want to know about investigator financial interests, *The Journal of Law, Medicine & Ethics*, 2006, vol. 34, No. 3, pp. 592–599.
104. Latin H. Good warnings, bad products, and cognitive limitations, *Ucla L. Rev.*, 1993, vol. 41, p. 1193.
105. Miller G. The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information, *Psychological Review*, 1956, vol. 63, No. 2, pp. 81–97.

106. Sandberg E. H., et al. Clinicians Consistently Exceed a Typical Person's Short-Term Memory During Preoperative Teaching, *Surv. Anesthesiology*, 2009, vol. 53, p. 131.
107. Schneider C. E. The Hydra, *Hastings Center Report*, July – Aug., 2010, p. 9.
108. Albala I., Doyle M., Appelbaum P. S. The evolution of consent forms for research: a quarter century of changes, *IRB: Ethics & Human Research*, 2010, vol. 32, No. 3, pp. 7–11.
109. Beardsley E., Jefford M., Mileskin L. Longer consent forms for clinical trials compromise patient understanding: so why are they lengthening?, *Journal of Clinical Oncology*, 2007, available at: <http://jco.ascopubs.org/content/25/9/e13.full.pdf>.
110. Burman W., Breese P., Weis S., Bock N., Bernardo J., Vernon A., Consortium T. T. The effects of local review on informed consent documents from a multicenter clinical trials consortium, *Controlled clinical trials*, 2003, vol. 24, No. 3, pp. 245–255.
111. Waltz J. R., Scheuneman T. W. Informed consent to therapy, *Nw. UL Rev.*, 1969, vol. 64, p. 628.
112. Cryer B. NSAID-associated deaths: the rise and fall of NSAID-associated GI mortality, *Am. J. Gastroenterol.*, 2005, vol. 100, No. 8, pp. 1694–1695.
113. Boyd N. F., Sutherland H. J., Heasman K. Z., Trichler D. L., Cummings B. J. Whose utilities for decision analysis?, *Medical Decision Making*, 1990, vol. 10, No. 1, pp. 58–67.
114. Ubel P. A., Loewenstein G., Jepson C. Whose quality of life? A commentary exploring discrepancies between health state evaluations of patients and the general public, *Quality of life Research*, 2003, vol. 12, No. 6, pp. 599–607.
115. Brown L. D. Management by objection? Public policies to protect choice in health plans, *Medical care research and review*, 1999, vol. 56, No. suppl 1, pp. 145–165.
116. Green L. A., Lowery J. C., Kowalski C. P., Wyszewianski L. Impact of institutional review board practice variation on observational health services research, *Health services research*, 2006, vol. 41, No. 1, pp. 214–230.
117. Humphreys K., Trafton J., Wagner T. H. The cost of institutional review board procedures in multicenter observational research, *Annals of internal medicine*, 2003, vol. 139, No. 1, p. 77.
118. Wendler D., Rackoff J. Consent for continuing research participation: what is it and when should it be obtained?, *IRB: Ethics & Human Res.*, May – June 2002, p. 1.
119. Woloshin K. K., Ruffin M., Gorenflo D. W. Patients' interpretation of qualitative probability statements, *Archives of family medicine*, 1994, vol. 3, No. 11, pp. 961–966.
120. Berry D. C., Raynor D., Knapp P., Bersellini E. Patients' understanding of risk associated with medication use, *Drug Safety*, 2003, vol. 26, No. 1, pp. 1–11.
121. Bryant G. D., Norman G. R. Expressions of probability: words and numbers, *The New England Journal of Medicine*, 1980, vol. 302, No. 7, p. 411.
122. Timmermans D. The roles of experience and domain of expertise in using numerical and verbal probability terms in medical decisions, *Medical Decision Making*, 1994, vol. 14, No. 2, pp. 146–156.
123. Smits T., Hoorens V. How probable is probably? It depends on whom you're talking about, *Journal of Behavioral Decision Making*, 2005, vol. 18, No. 2, p. 83.
124. Grimes D. A., Snively G. R. Patients' understanding of medical risks: implications for genetic counseling, *Obstetrics & Gynecology*, 1999, vol. 93, No. 6, pp. 910–914.
125. Knapp P., Raynor D. K., Woolf E., Gardner P. H., Carrigan N., McMillan B. Communicating the risk of side effects to patients, *Drug Safety*, 2009, vol. 32, No. 10, pp. 837–849.
126. Moxey A., O'Connell D., McGettigan P., Henry D. Describing treatment effects to patients, *Journal of General Internal Medicine*, 2003, vol. 18, No. 11, pp. 948–959.
127. Marotta-Wurgler F. Are “Pay Now, Terms Later” Contracts Worse for Buyers? Evidence from Software License Agreements, *The Journal of Legal Studies*, 2009, vol. 38, No. 2, pp. 309–343.
128. Kenneth J. Arrow, Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care, 53 *Am. Econ. Rev.*, 1963, vol. 941, pp. 947–965.
129. Yarnall K. S., Pollak K. I., Østbye T., Krause K. M., Michener J. L. Primary care: is there enough time for prevention?, *American journal of public health*, 2003, vol. 93, No. 4, pp. 635–641.
130. Østbye T., Yarnall K. S., Krause K. M., Pollak K. I., Gradison M., Michener J. L. Is there time for management of patients with chronic diseases in primary care?, *The Annals of Family Medicine*, 2005, vol. 3, No. 3, pp. 209–214.
131. Morris L. S., Schulz R. Patient compliance – an overview, *Journal of clinical pharmacy and therapeutics*, 1992, vol. 17, No. 5, pp. 283–295.
132. Eraker S. A., Kirscht J. P., Becker M. H. Understanding and improving patient compliance, *Annals of internal medicine*, 1984, vol. 100, No. 2, pp. 258–268.
133. Berthelot J.-M., Glemarec J., Guillot P., Chiffolleau A., Maugars Y., Rodat O. Informing patients about serious side effects of drugs. A 2001 survey of 341 French rheumatologists, *Joint Bone Spine*, 2003, vol. 70, No. 1, pp. 52–57.

134. Ubel P. A. Truth in the most optimistic way, *Annals of internal medicine*, 2001, vol. 134, No. 12, pp. 1142–1143.
135. Robinson T. M., Alexander S. C., Hays M., Jeffreys A. S., Olsen M. K., Rodriguez K. L., Pollak K. I., Abernethy A. P., Arnold R., Tulsy J. A. Patient–oncologist communication in advanced cancer: predictors of patient perception of prognosis, *Supportive Care in Cancer*, 2008, vol. 16, No. 9, pp. 1049–1057.
136. Carrigan N., Raynor D., Knapp P. Adequacy of patient information on adverse effects, *Drug Safety*, 2008, vol. 31, No. 4, pp. 305–312.
137. Hall M. A. The theory and practice of disclosing HMO physician incentives, *Law and Contemporary Problems*, 2002, vol. 65, No. 4, pp. 207–239.
138. Scott J. C. *Seeing like a state: How certain schemes to improve the human condition have failed*, Yale University Press, 1998.
139. Block-Lieb S., Janger E. J. The Myth of the Rational Borrower: Rationality, Behavioralism, and the Misguided Reform of Bankruptcy Law, *Tex. L. Rev.*, 2005, vol. 84, p. 1481.
140. Cain D. M., Loewenstein G., Moore D. A. The dirt on coming clean: Perverse effects of disclosing conflicts of interest, *The Journal of Legal Studies*, 2005, vol. 34, No. 1, pp. 1–25.
141. Nehf J. P. Effective Regulation of Rent-to-Own Contracts, *OHIO ST. L.J.*, 1991, vol. 52.
142. Lipka S. Do crime statistics keep students safe, *Chronicle of Higher Education*, 2009, vol. 55, No. 21, pp. A1–A17.
143. Tu T. H., Lauer J. R. *Word of mouth and physician referrals still drive health care provider choice*, Center for Studying Health System Change Washington, DC, 2008, available at: <http://www.hschange.org/CONTENT/1028/1028.pdf>.
144. Tu H. T., May J. H. Self-pay markets in health care: consumer nirvana or caveat emptor?, *Health Affairs*, 2007, available at: <http://content.healthaffairs.org/cgi/content/reprint/26/2/w217>.
145. Choi S. J. 8c AC Pritchard, Behavioral Economics and the SEC, *Stan. L. REV.*, 2003, vol. 56, No. 1, pp. 16–45.
146. Fischer G. S., Tulsy J. A., Rose M. R., Siminoff L. A., Arnold R. M. Patient knowledge and physician predictions of treatment preferences after discussion of advance directives, *Journal of general internal medicine*, 1998, vol. 13, No. 7, pp. 447–454.
147. Hoc A. Committee on Health Literacy for the American Council on Scientific Affairs, American Medical Association. Health literacy: Report of the council on scientific affairs, *Jama*, 1999, vol. 281, No. 6, pp. 552–557.
148. Kirsch I. S. *Adult literacy in America: A first look at the results of the National Adult Literacy Survey*, ERIC, 1993.
149. Williams M. V., Parker R. M., Baker D. W., Parikh N. S., Pitkin K., Coates W. C., Nurss J. R. Inadequate functional health literacy among patients at two public hospitals, *Jama*, 1995, vol. 274, No. 21, pp. 1677–1682.
150. Heisler M. Helping your patients with chronic disease: Effective physician approaches to support self-management, *Seminars Med. Prac.*, 2005, vol. 8.
151. Schwartz L. M., Woloshin S., Black W. C., Welch H. G. The role of numeracy in understanding the benefit of screening mammography, *Annals of internal medicine*, 1997, vol. 127, No. 11, pp. 966–972.
152. Lipkus I. M., Samsa G., Rimer B. K. General performance on a numeracy scale among highly educated samples, *Medical decision making*, 2001, vol. 21, No. 1, pp. 37–44.
153. Hochhauser M. Lost in the fine print: Readability of financial privacy notices, *Privacy Rights Clearinghouse*, 2001, available at: <http://www.privacyrights.org/ar/GLB-Reading.htm>.
154. Hibbard J. H., Jewett J. J. Will quality report cards help consumers?, *Health Affairs*, 1997, vol. 16, No. 3, pp. 218–228.
155. Breese P., Burman W., Rietmeijer C., Lezotte D. The Health Insurance Portability and Accountability Act and the informed consent process, *Annals of internal medicine*, 2004, vol. 141, No. 11, pp. 897–898.
156. Breese P., Burman W. Readability of notice of privacy forms used by major health care institutions, *Jama*, 2005, vol. 293, No. 13, pp. 1588–1594.
157. White A. M., Mansfield C. L. Literacy and Contract, *Stan. L. & Pol'y Rev.*, 2002, vol. 13, p. 233.
158. Eisenberg M. A. Text Anxiety, *Cal. L. Rev.*, 1986, vol. 59 S, p. 305.
159. Holmes-Rovner M., Stableford S., Fagerlin A., Wei J. T., Dunn R. L., Ohene-Frempong J., Kelly-Blake K., Rovner D. R. Evidence-based patient choice: a prostate cancer decision aid in plain language, *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 2005, available at: <http://www.biomedcentral.com/1472-6947/5/16>
160. Beshears J., Choi J. J., Laibson D., Madrian B. C. How Does Simplified Disclosure Affect Individuals' Mutual Fund Choices?, *Working Paper*, 2009, available at: <http://www.nber.org/papers/w14859>.
161. Levine R. J. Letter, *IRB: ETHICS & HUMAN RES.*, Jan. 1982, p. 8.
162. Ferguson A. B., Douglas A. C. A study of juvenile waiver, *San Diego L. Rev.*, 1970, vol. 7, p. 39.
163. Virmani J., Schneiderman L. J., Kaplan R. M. Relationship of advance directives to physician-patient communication, *Archives of Internal Medicine*, 1994, vol. 154, No. 8, pp. 909–913.
164. Tulsy J. A., Fischer G. S., Rose M. R., Arnold R. M. Opening the black box: how do physicians communicate about advance directives?, *Annals of Internal Medicine*, 1998, vol. 129, No. 6, pp. 441–449.

165. Fitten L. J., Waite M. S. Impact of medical hospitalization on treatment decision-making capacity in the elderly, *Archives of Internal Medicine*, 1990, vol. 150, No. 8, pp. 1717–1721.
166. Gottfredson L. S., Deary I. J. Intelligence predicts health and longevity, but why?, *Current Directions in Psychological Science*, 2004, vol. 13, No. 1, pp. 1–4.
167. Nisbett R. E., Ross L. *Human inference: Strategies and shortcomings of social judgment*, 1980.
168. Diem S. J., Lantos J. D., Tulskey J. A. Cardiopulmonary resuscitation on television – miracles and misinformation, *New England Journal of Medicine*, 1996, vol. 334, No. 24, pp. 1578–1582.
169. Dresser R. The ubiquity and utility of the therapeutic misconception, *Social philosophy and policy*, 2002, vol. 19, No. 02, pp. 271–294.
170. Lacko J. M., Pappalardo J. K. The failure and promise of mandated consumer mortgage disclosures: Evidence from qualitative interviews and a controlled experiment with mortgage borrowers, *The American Economic Review*, 2010, vol. 100, No. 2, pp. 516–521.
171. Sage W. M. *Accountability through information: What the health care industry can learn from securities regulation*, Milbank Memorial Fund., 2000, available at: <http://www.milbank.org/reports/0012sage.html>.
172. Cooper B. S. From bill-payer to purchaser: Medicare in transition, *Health systems review*, 1997, vol. 30, No. 4, p. 16.
173. Schwarcz D. Beyond disclosure: The case for banning contingent commissions, *Yale L. & Pol'y Rev.*, 2006, vol. 25, p. 289.
174. Ellsworth P. C. Are twelve heads better than one?, *Law and Contemporary Problems*, 1989, vol. 52, No. 4, pp. 205–224.
175. Hanoch Y., Rice T. Can limiting choice increase social welfare? The elderly and health insurance, *Milbank Quarterly*, 2006, vol. 84, No. 1, pp. 37–73.
176. Lacko J. M., Pappalardo J. K. *The effect of mortgage broker compensation disclosures on consumers and competition: A controlled experiment*, 2004.
177. Pierce P. F. Deciding on breast cancer treatment: a description of decision behavior, *Nursing research*, 1993, vol. 42, No. 1, pp. 22–28.
178. Gilbert D. *Stumbling on happiness*, New York: Knopf, 2006.
179. Wilson T. D. *Strangers to ourselves: discovering the adaptive unconscious*, 2002.
180. Bar-Gill O. Informing consumers about themselves, *N.Y. Univ. Sch. of Law Ctr. for Law and Econ., Working Paper*, 2007, available at: <http://ssrn.com/abstract=1056381>.
181. Gilbert D. T., Wilson T. D. *Miswanting: Some problems in the forecasting of future affective states*, 2000.
182. Forgas J. P. *Feeling and thinking: The role of affect in social cognition*, Cambridge University Press, 2001.
183. Ausubel L. M. The failure of competition in the credit card market, *The American Economic Review*, 1991, pp. 50–81.
184. Vigna S. D., Malmendier U. Paying not to go to the gym, *The American Economic Review*, 2006, vol. 96, No. 3, pp. 694–719.
185. Tsevat J., Sherman S. N., McElwee J. A., Mandell K. L., Simbartl L. A., Sonnenberg F. A., Fowler Jr F. J. The will to live among HIV-infected patients, *Annals of internal medicine*, 1999, vol. 131, No. 3, pp. 194–198.
186. Schon D. *The Reflective Practitioner*, New York: Basic Books, 1983.
187. Klein G. A. *Sources of power*, 1998.
188. Marglin S. A. Towards the Decolonization of the Mind, *Dominating knowledge: Development, culture, and resistance*, 1990, pp. 1–28.
189. Charles C., Whelan T., Gafni A. What do we mean by partnership in making decisions about treatment?, *BMJ: British Medical Journal*, 1999, vol. 319, No. 7212, p. 780.
190. Ende J., Kazis L., Ash A., Moskowitz M. A. Measuring patients' desire for autonomy, *Journal of general internal medicine*, 1989, vol. 4, No. 1, pp. 23–30.
191. Choi J. J., Laibson D., Madrian B. C., Metrick A. For better or for worse: Default effects and 401 (k) savings behavior, *Perspectives on the Economics of Aging*, ed. D. A. Wise, University of Chicago Press, 2004, pp. 81–126.
192. Choi J. J., et al. Optimal defaults, *Am. Econ. Rev.*, 2003, vol. 93, No. 2.
193. Helman R., Salisbury D. L., Paladino V., Copeland C. *Encouraging workers to save: The 2005 retirement confidence survey*, 2005.
194. Choi J. J., Laibson D., Madrian B. C., Metrick A. Defined contribution pensions: Plan rules, participant choices, and the path of least resistance, *Tax policy and the economy*, 2002, vol. 16, pp. 67–113.
195. Choi J. J., Laibson D. I., Madrian B. C. Are empowerment and education enough? Underdiversification in 401 (k) plans, *Brookings papers on economic activity*, 2005, No. 2, pp. 151–213.
196. Schwartz A., Wilde L. L. Intervening in markets on the basis of imperfect information: A legal and economic analysis, *U. Pa. L. Rev.*, 1978, vol. 127, p. 630.
197. Priest G. L. A theory of the consumer product warranty, *The Yale Law Journal*, 1981, vol. 90, No. 6, pp. 1297–1352.

198. Gillette C. P. Rolling contracts as an agency problem, *Wis. L. Rev.*, 2004, p. 679.
199. Gilo D., Porat A. The Unconventional Uses of Transactions Costs, *Boilerplate: The Foundation of Market Contracts*, ed. O. Ben-Shahar, Cambridge University Press, 2007.
200. Kapp M. B. Patient Autonomy in the Age of Consumer-Driven Health Care: Informed Consent and Informed Choice, *J. Health & Biomedical L.*, 2006, vol. 2.
201. Giamatti A. *Bartlett: A Free and Ordered Space: The Real World of the University*, Nueva York, WW Norton, 1988.
202. Cunningham P. J., Denk C., Sinclair M. Do consumers know how their health plan works?, *Health Affairs*, 2001, vol. 20, No. 2, pp. 159–166.
203. Tu K., Davis D. Can we alter physician behavior by educational methods? Lessons learned from studies of the management and follow-up of hypertension, *Journal of Continuing Education in the Health Professions*, 2002, vol. 22, No. 1, pp. 11–22.
204. Davis D. Does CME work? An analysis of the effect of educational activities on physician performance or health care outcomes, *The International Journal of Psychiatry in Medicine*, 1998, vol. 28, No. 1, pp. 21–39.
205. Giovino G. A., Chaloupka F., Hartman A., Joyce K. G., Chiqui J., Orleans C., Wende K., Tworek C., Barker D., Gibson J. *Cigarette smoking prevalence and policies in the 50 states: an era of change – the Robert Wood Johnson Foundation ImpacTeen Tobacco Chart Book*, Buffalo, NY: University at Buffalo, State University of New York, 2009, pp. 9–36.
206. Marotta-Wurgler F. Will Increased Disclosure Help? Evaluating the Recommendations of the ALI's "Principles of the Law of Software Contracts", *The University of Chicago Law Review*, 2011, pp. 165–186.
207. Hillman R. A., O'Rourke M. Defending Disclosure in Software Licensing, *The University of Chicago Law Review*, 2011, available at: <http://ssrn.com/abstract=1596685>
208. Meisel A. A "Dignitary Tort" as a Bridge Between the Idea of Informed Consent and the Law of Informed Consent, *Law, Medicine and Health Care*, 1988, vol. 16, No. 3–4, pp. 210–218.
209. Amdur R. J., Bankert E. A. *Institutional review board: member handbook*, 3<sup>rd</sup> ed., 2011.
210. Zywicki T. J. Institutional review boards as academic bureaucracies: An economic and experiential analysis, *Nw. UL Rev.*, 2007, vol. 101, p. 861.
211. Mueller J. H. Ignorance is neither bliss nor ethical, *Nw. UL Rev.*, 2007, vol. 101, p. 809.
212. Ruppert T. M., Conn V. S., Russell C. L. Medication adherence interventions for older adults: literature review, *Research and theory for nursing practice*, 2008, vol. 22, No. 2, pp. 114–147.
213. Easterbrook F. H., Fischel D. R. Mandatory disclosure and the protection of investors, *Virginia Law Review*, 1984, pp. 669–715.
214. Hillman R. A. Online Boilerplate: Would Mandatory Website Disclosure of E-Standard Terms Backfire?, *Boilerplate: the foundation of market contracts*, ed. O. Ben-Shahar, Cambridge University Press, 2007.
215. Mandell L. Consumer knowledge and understanding of consumer credit, *Journal of Consumer Affairs*, 1973, vol. 7, No. 1, pp. 23–36.
216. Mann R. J. "Contracting" for Credit, *Boilerplate: The Foundation of Market Contracts*, ed. O. Ben-Shahar, Cambridge University Press, 2007.
217. Mechanic D. Disadvantage, inequality, and social policy, *Health Affairs*, 2002, vol. 21, No. 2, pp. 48–59.
218. Jin G. Z., Leslie P. The effect of information on product quality: Evidence from restaurant hygiene grade cards, *The Quarterly Journal of Economics*, 2003, vol. 118, No. 2, pp. 409–451.
219. Ben-Shahar O. One-Way Contracts: Consumer Protection without Law, *European Review of Contract Law*, 2010, vol. 6, No. 3, pp. 221–249.
220. Halpern S. D., Ubel P. A., Asch D. A. Harnessing the power of default options to improve health care, *The New England journal of medicine*, 2007, vol. 357, No. 13, p. 1340.
221. Schneider C. E. The channeling function in family law, *Hofstra L. Rev.*, 1991, vol. 20, p. 495.
222. Thaler R. H., Sunstein C. R. *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*, New Haven, CT: Yale University Press, 2008.
223. Ben-Shahar O., Schneider C. E. The Failure of Mandated Disclosure, *University of Pennsylvania Law Review*, 2011, vol. 159, pp. 647–749.

Дата поступления / Received 22.12.2016

Дата принятия в печать / Accepted 28.03.2017

Дата онлайн-размещения / Available online 25.12.2017

© Бен-Шахар О., Шнайдер К. Е., 2017. Впервые опубликовано на русском языке в журнале «Актуальные проблемы экономики и права» (<http://apel.ieml.ru>), 25.12.2017

© Ben-Shahar O., Schneider C. E. 2017

### Информация об авторах

Контактное лицо:

**Бен-Шахар Омри**, профессор права имени Фрэнка и Бернис Дж. Гринберг, Чикагская школа права, Чикагский университет  
Адрес: 1111 E. 60th St., Chicago, IL 60637, USA

**Шнайдер Карл Е.**, профессор права имени Чонси Стиллмана, профессор терапии, Университет Мичигана  
Адрес: 500 S. State Street, Ann Arbor, MI 48109 USA

### Information about the authors

Contact:

**Omri Ben-Shahar**, Frank & Bernice J. Greenberg Professor of Law, University of Chicago  
Address: 1111 E. 60th St., Chicago, IL 60637, USA

**Carl E. Schneider**, Chauncey Stillman Professor of Law & Professor of Internal Medicine, University of Michigan  
Address: 500 S. State Street, Ann Arbor, MI 48109 USA

## ПОЗНАНИЕ



**Мой уникальный ребенок (или пособие для счастливых родителей) /**  
О. В. Григорьева, Н. Г. Климанова, Н. В. Ванюхина и др.; под ред. О. В. Григорьевой. – 3-е изд, перераб. и доп. – Казань : Изд-во «Познание» Казанского инновационного университета им. В. Г. Тимирязова, 2017. – 178 с.

Книга, которую вы держите в руках, посвящена ответам на вопросы, которые тревожат многих молодых и уже опытных родителей, бабушек и дедушек, на вопросы, заданные авторам читателями предыдущего издания. Здесь вы найдете советы специалистов в области психологии и воспитания здоровых и счастливых детей. Большинство авторов работы имеют собственных детей и делятся советами из своего родительского опыта, пропущенными через призму научных знаний.

У вас есть возможность прочитать в нашей книге краткие «рецепты» поведения в повседневных случаях и развернутый анализ сложных ситуаций и вопросов; как вырастить ребенка здоровым физически и психологически; как привить ему необходимые для счастливой жизни навыки.

Предназначено для широкого круга читателей – для родителей, бабушек и дедушек, для студентов, аспирантов и преподавателей психологических и педагогических факультетов высших учебных заведений, а также для всех интересующихся вопросами развития и проблемами правильного воспитания детей.

*В книге использованы фотографии из семейных архивов авторов и архива Академии творчества и развития «Созвездие талантов».*