

Markt versus moraal?

Een economische reflectie op Michael Sandels 'verdringingstheorie'

Paul Teule

Inleiding

Het werk van de Amerikaanse politiek filosoof Michael Sandel heeft definitief haar intrede gedaan in Nederland. Zijn werk over rechtvaardigheid was al populair¹, maar zijn laatste boek, *Niet alles is te koop – de morele grenzen van marktwerking*, oogstte dit jaar nog veel meer aandacht.² Sandel laat er met tal van anekdotes in zien hoe 'de markt' sinds de jaren tachtig tal van nieuwe maatschappelijke terreinen is binnengedrongen en tal van sociale waarden – veelal rechtvaardigheid en verantwoordelijkheid – en de intrinsieke motivatie om 'het goede' te doen, is gaan 'verdringen'. De markt verdringt volgens Sandel dus de moraal, een stelling die ik de 'verdringingstheorie' wil noemen en die impliceert dat de markt en de moraal aparte en tegengestelde entiteiten zijn.

Het doel van *Niet alles is te koop* is om het politieke debat van nieuwe morele en spirituele inhoud voorzien, en in dat debat opnieuw te bepalen waar de markt wel en niet thuishoort. Hij stelt dat in dit debat niet veel van economen verwacht moet worden. Economen zijn juist de pleitbezorgers van marktwerking en geloven niet dat markten hun sporen nalaten op consumenten, producenten of de handelswaar. Voor de econoom is de markt moreel neutraal, mensen bevredigen er in vrijheid hun behoeftes op basis van hun voorkeuren en wie is de econoom om zich daar een oordeel over aan te matigen? Volgens Sandel heeft het marktdenken met die vermeende neutraliteit het publieke debat van morele argumenten berooft, een verwijt dat sterk doet denken aan Tony Judts testamentaire boek *Ill Fares the Land*, waarin hij klaagt over het 'economisme' dat het politieke debat verengde tot een 'economische calculus', ten nadele van het morele narratief (e.g. Judt 2010, pp. 34-35).

Naar mijn idee wordt hier geageerd tegen een beperkte variant van economisch denken, en niet van economisch denken *per se*. Er valt onder huidige en vroegere economen genoeg reflectie te vinden op de verhouding tussen markt en moraal, reflectie die Sandels 'verdringingstheorie'

¹ Voor zijn beroemde lezingenreeks, zie: <http://www.justiceharvard.org/>

² Zie de serie artikelen die *Niet alles is te koop* genereerde in Trouw (google "michael sandel site:trouw.nl")

problematiseert en aanvult. Markt en moraal hebben een complexere en meer ambigue relatie dan Sandel doet voorkomen en waar economen veel over te zeggen hebben. En er valt zelfs goed staande te houden dat een deel van Sandels (en Judts) betoog in brede zin economisch van aard is. Het morele debat dat Sandel wil aanzwengelen kan en moet daarom juist ook door economen worden gevoerd.

De opbouw van dit artikel is als volgt: eerst behandel ik de kern van *Niet alles is te koop*, de ‘verdringingstheorie’ en de verhouding tussen markt en moraal die deze impliceert. Vervolgens zal ik deze verhouding problematiseren en van alternatieven voorzien. Afsluitend zal ik ook laten zien hoe economisch Sandels betoog eigenlijk is, en waarom hij de econoom niet zo snel zou moeten afschrijven.

Niet alles is te koop

Vanaf de vroege jaren tachtig heeft de markt een ongekeerde opmars gemaakt naar tal van tot dan toe onontgonnen gebieden, zoals politiek, onderwijs, gezondheidszorg en sport. Sandel geeft in *Niet alles is te koop* een overweldigende hoeveelheid voorbeelden van zaken die tegenwoordig te koop zijn: van verblijfsvergunningen en bruiloftstoespraken tot advertentieruimte op politieauto’s, van andermans levensverzekeringen en CO2-uitstootrechten tot de naam van de gymzaal van een middelbare school. Het leeuwendeel van deze voorbeelden betreft Amerika, het land waarvan Sandel beweert dat het van een samenleving met een markteconomie tot een marktsamenleving verworpen is. Maar het is een boodschap die ook relevant is voor de discussie in Nederland, zeker nu er ook hier steeds meer gereflecteerd wordt op de geëigende plaats van de markt.³

Sandel geeft aan de markt op zichzelf een nuttig instrument te vinden, maar toch twee grote bezwaren te hebben tegen de markt als dominante ordening. Ten eerste zijn markten niet altijd rechtvaardig. Niet iedereen kan zich een verblijfsvergunning of Indiase draagmoeder veroorloven. Het tweede, belangrijkere bezwaar is dat de markt mensen en goederen kunnen ‘corrumperen’. Een gratis

³ Zie bijvoorbeeld het parlementaire onderzoek van de Eerste Kamer naar het Nederlandse privatiserings- en verzelfstandigingsbeleid van de afgelopen twintig jaar: http://www.eerstekamer.nl/commissies/parlementaire_onderzoekscommissie: Zie ook het recente rapport van de Wetenschappelijk Raad voor het Regeringsbeleid over de verhouding tussen markt, overheid en samenleving (WRR 2012)

opvoering van *de Koopman van Venetië* met Al Pacino in het New Yorkse Central Park verloor haar maatschappelijke waarde toen er een handel ontstond in kaartjes tussen mensen die wel en niet bereid waren om in de wachtrij te staan. De vrouw uit Utah die haar voorhoofd als advertentieruimte verkocht degradeerde zichzelf tot reclamezuil. De lobbyisten die zwervers \$15 per uur betalen om voor hen in de wachtrij te gaan staan voor een hoorzitting van het Amerikaanse Congres ontheiligen daarmee, volgens Sandel, de democratie. En met de intrede van de skybox in het stadion is veel van de saamhorigheid van sportfans verdwenen. Door iets te verhandelen kan het dus haar waarde verliezen.

Wat ook verloren kan gaan is de intrinsieke motivatie die mensen hebben om 'het goede' te doen. Financiële prikkels kunnen innerlijke drijfveren, zoals overtuiging of interesse, wegdrukken. Sandel haalt een voorbeeld aan waarin Israëliëse scholieren die betaald werden om te collecteren, minder geld binnenhaalden dan hen die 'gewoon' vanuit hun verantwoordelijkheidsgevoel langs de huizen gingen. In een ander voorbeeld zien we hoe een Zwitsers dorp dat bereid was om de opslag van kernafval in de omgeving toe te staan, in reactie op een voorstel om daar ook voor betaald te krijgen, haar steun introk. De financiële prikkel ondergroef volgens Sandel de notie dat kernafval een gedeelde verantwoordelijkheid is die je als burger hebt te dragen (Sandel 2012, pp. 112-115). Ook andere vormen van intrinsieke motivatie lopen gevaar: een kind betalen per gelezen boek maakt lezen wellicht alleen maar lucratief, in plaats van leuk of leerzaam en iemand betalen om af te vallen creëert misschien slechts een geldbeluste houding, ten koste van een gezonde, deugdzaam houding tegenover het eigen lichaam.

Sandel betreft dus de stelling dat de markt de moraal verdringt. Die verdringing heeft twee kanten: ten eerste verdringen economische waarden essentiële menselijke, maatschappelijke en bovenal immateriële waarden (en daaruit voortvloeiende normen), ten tweede verdringen financiële prikkels de intrinsieke motivatie om 'het goede' te doen. Beide kanten zijn aan elkaar verwant, aangezien 'het goede' doen in feite ook handelen naar (de juiste) waarden is.

Ik noem deze stelling de 'verdringingstheorie'. Sandel heeft het weliswaar afwisselend over verdringing en corrumpering (e.g. Sandel 2012, p.65), maar dit zijn naar mijn idee twee inwisselbare benamingen voor hetzelfde effect: beide geven aan dat er waarden en intrinsieke motivatie verloren

gaan. Corruptie (zedelijk bederf) is een betere term om aan te geven dat iets *moreel* niet in de haak is, maar verdringing geeft naar mijn idee beter aan hoe die corruptie volgens Sandel ontstaat, namelijk door de verdrukkende werking van de markt en haar prikkels. Blijkbaar is er geen plaats voor andere waarden als commerciële waarden hun intrede doen.⁴

De verdringingsthesis is zonder meer belangrijk en verontrustend, maar helaas haalt Sandel maar enkele empirische onderzoeken aan om de stelling echt goed te staven, en die onderzoeken laten ook veel in het midden (Sandel 2012, pp. 125-128). Hij weerlegt bijvoorbeeld niet dat een financiële beloning om te lezen juist kan helpen om, op termijn, het lezen leuker te maken. Hoe meer je hebt gelezen, hoe leuker lezen immers is. En je zou ook best iemand belonen om gezonder leven – iets wat 80% van de Amerikaanse bedrijven al schijnen te doen met hun werknemers – en daarmee een gezondere levensstijl kunnen kweken. Ook zou Sandel de trend dat de markt oprukt met meer onderzoek kunnen ondersteunen. *Niet alles is te koop* levert, behalve één cijfertje over hoe vaak het woord ‘incentivize’ (wat zoiets als ‘financieel prikkelen’ betekent) voorkomt in de belangrijke Amerikaanse dagbladen, vooral anekdotisch, indirect bewijs.

Ook jammer is dat Sandel vooral de wat stereotype economen aanhaalt om te bewijzen dat economen zijn bezwaren tegen de markt niet onderkennen. Zij zouden beweren dat markten het verhandelde goed en de marktdeelnemers altijd in tact laten, en dat het creëren van een markt voor, bijvoorbeeld, de ‘gratis’ kaartjes voor *de Koopman van Venetië* juist voor een efficiënte verdeling van schaarse goederen zorgt: zij die uiteindelijk de kaartjes bemachtigen – door iemand te betalen om in de wachtrij te staan – willen die kaartjes ook het liefst hebben, omdat ze de grootste bereidheid tot betalen tonen. Sandel wijst er terecht op dat in die bereidheid ook de *mogelijkheid* tot betalen verdisconteerd zit. (Het zou goed kunnen dat iemand die de meeste waarde aan een goed hecht er geen geld voor heeft, en dat iemand *met* geld maar *zonder* veel waardering er mee aan de haal gaat.) Sandel haalt Harvard-econoom Gregory Mankiw aan die het doorverkopen van kaartjes ook aanprijst in zijn goed verkochte economieboek voor eerstejaars economiestudenten (Mankiw 1998, p.147 e.v.). Maar Mankiw is, zeker ook als voormalig topadviseur van George W. Bush, niet zomaar representatief voor

⁴ Hoofdstuk 3 van *Niet alles is te koop* heet *Hoe de markt de ethiek verdringt*, maar de verdringing van waarden en intrinsieke motivatie door marktwerking komt in alle hoofdstukken aan bod.

de econoom. Eind 2011 liep een groep studenten zelfs weg uit zijn college omdat hij te bevooroordeeld zou zijn en geen ruimte zou laten voor alternatieve zienswijzen en noties als ongelijkheid.⁵

Al met al belicht *Niet alles is te koop* vooral één kant van het verhaal. Sandels ‘verdringingstheorie’ is een verdedigbare stelling, maar niet de enige die je kunt betrekken. Ik zal hieronder kort ingaan op een klassieke discussie over markt en moraal in het werk van Adam Smith, en vooral ook op de discussie rond de haaks op de ‘verdringingstheorie’ staande ‘doux commerce-theorie’, en laten zien dat de verhouding tussen markt en moraal niet enkel als dichotomie en tegenstelling te kenschetsen is.

Markt en moraal bij Adam Smith

Het idee dat de markt en de moraal gescheiden entiteiten zouden zijn, zien we terug in de controverse die Adam Smith (1723-1790) nog steeds oproept. Smith wordt (niet geheel terecht) als vader van de economie en fakkeldrager van de vrije markt is gezien, maar hij was ook moraalfilosoof. In zijn werk zit een spanning, het zogenaamde ‘Adam Smith-probleem’, dat al meer dan 150 jaar onderwerp van discussie is. Het gaat dan vooral om de ogenschijnlijke tegenstelling tussen de passages van Smiths bekendste werk, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (WN), en *The Theory of Moral Sentiments* (TMS), Smiths eerdere en naar eigen oordeel superieure werk (Phillipson 2010, p.274).

WN zou het eigenbelang en de markt die dat eigenbelang kanaliseert verheerlijken. Mensen zijn nou eenmaal van nature geneigd om hun omstandigheden te verbeteren⁶ en handelen niet uit welwillendheid (*benevolence*) of medemenselijkheid (*humanity*), maar omdat ze er zelf beter van worden. De bakker bakt brood voor geld, niet omdat hij zo begaan is met zijn klanten (Smith 1776, I.ii.2). En het mooie is dat juist dat nastreven van het eigenbelang via het marktmechanisme (“de

⁵ De studenten schreven een open brief aan Mankiw, zie <http://hpronline.org/harvard/an-open-letter-to-greg-mankiw>

⁶ Zie het beroemde voorbeeld van het jongetje in de speldenfabriek (Smith 1776, I.i.8).

onzichtbare hand”) tot sociaal gewenste uitkomsten leidt, uitkomsten die mensen bewerkstelligen zonder het door te hebben of zelfs te willen (Smith 1776, IV.ii.9).⁷

Echter, in TMS lezen we dat Smith juist meevoelendheid (*sympathy*), belangstelling en welwillendheid voor de ander prijst. Mensen zijn namelijk ook van nature geïnteresseerd in het lot van de ander – ze willen dat de ander gelukkig is, zonder dat ze daar zelf materieel beter van worden (Smith 1959, I.i.1.1). Smith noemt het meevoelen met anderen, het intomen van ons egoïstische gevoelens en cultiveren van welwillende gevoelens in TMS zelfs “de perfectie van de menselijke natuur” (Smith 1959, I.i.5.5).

Velen hebben hun tanden stukgebeten op deze conflicterende passages uit WN en TMS (zie bijvoorbeeld Göcmen 2007). Spreekt Smith zichzelf hier niet tegen? Een van de manieren om de spanning op te lossen is de zogenaamde ‘dualistische oplossing’: WN en TMS zouden elkaar niet weerspreken, omdat ze *aparte* sferen onderzoeken. TMS gaat over de ethische sfeer, de sociale ruimte waarin de mens zijn meevoelende kant laat zien, en WN over de economische sfeer, waarin de mens zich egoïstisch toont. De mens beschikt over beide kanten, en begeeft zich in beide sferen. Smith toont zich de econoom in WN, de moraalfilosoof in TMS. Een andere oplossing is de ‘historische’: de menselijke natuur verandert als de samenleving verandert. En hoe meer markt en arbeidsdeling er in de samenleving is, hoe vaker we afhankelijk zijn van elkaar en hoe minder vaak we dan zouden moeten rekenen op de welwillendheid van de ander – je hebt volgens Smith niet de tijd om bij de vele mensen waar je in een moderne samenleving afhankelijk van bent aan te pappen, in de hoop op genadebrood (Smith 1776, I.ii.2).

Beide oplossingen passen goed bij de scheiding die Sandel aanbrengt tussen markt en moraal. De economische sfeer staat los van de ethische sfeer, en kan met de tijd de overhand krijgen, waarbij er simpelweg geen ruimte meer is voor de moraal en eenieder zijn (financiële) eigenbelang vooropstelt.

Maar er zijn er ook die het Adam Smith probleem als ‘pseudoprobleem’ bestempelen. In TMS zegt Smith immers ook dat de mens ten eerste moet zorgen voor zichzelf en ook vooral zijn

⁷ Smith maakt deze opmerking in WN overigens niet in de context van marktwerking, hetgeen de dankbare gebruikers van de term ‘de onzichtbare hand’ vaak verzuimen te melden.

omstandigheden wil verbeteren (Smith 1759, I.iii.2.1). En in WN verheerlijkt Smith geen egoïsme, *selfishness*, maar *self-love*, een gepaste vorm van zelfzorg die niet ten koste hoeft te gaan van de ander. Smith was juist wars van egoïsme – hij zag marktwerking juist als het tegengif tegen de graaiende industriëlen en handelaren van zijn tijd. Competitie toont slechte eigenschappen in. Juist de afhankelijkheid van de ander, en dus de vele interacties waartoe je gedwongen bent, maken dat je vals spelen wel uit je hoofd laat en je graag als punctueel en eerlijk te boek wil staan. De markt belooft die eigenschappen (zie ook Smith 1978, geciteerd in Maitland 1997, p.22).

Self-destructive of doux commerce?

Zo bezien zou je de relatie tussen markt en moraal, naast markt *versus* moraal ook als markt *dus* moraal kunnen bestempelen. Deze twee tegenovergestelde visies op de verhouding tussen markt en moraal zijn sinds de 18^e eeuw tot aan vandaag door vele auteurs verdedigd. In een klassiek artikel zet de econoom Albert Hirschman een aantal auteurs op een rij die net als Sandel menen dat de markt de moraal en uiteindelijk ook de marktsamenleving ondermijnt – de zogenaamde self-destruction-thesis – en een aantal die net als Smith geloven dat kapitalisme het menselijk gedrag ‘polijst’ – de zogenaamde doux commerce-thesis (Hirschman 1982).

Aanhangers van de self-destruction-thesis wijzen op de uithollende, corrosieve werking van de marktsamenleving. Het contract vervangt gewoontes en traditie. De familie, de staat en anderen samenwerkingsverbanden worden aangetast. Uiteindelijk blijven er geen andere menselijke banden over dan financiële (Marx en Engels 2008, p.37). De commerciële geest zorgt voor onrust, omdat het gevoelens van rang en afkomst ondermijnt (Coleridge 1972, pp.169-70). Uiteindelijk zal ook de marktsamenleving zichzelf ondermijnen. De nadruk op het eigenbelang maakt het namelijk moeilijk om publieke goederen en ander macro-economisch beleid te realiseren die ook nodig zijn om het kapitalisme op de lange termijn overeind te houden. En omdat de rationalistische en individualistische markt het religieuze ondermijnt, worden ook de uit religie voortkomende sociale deugden als waarheidsgetrouwheid en betrouwbaarheid – die nodig zijn om contracten te sluiten – ondermijnd. De markt ondergraaft dus de deugden die markttransacties mogelijk moeten maken (e.g. Hirsch 1976, pp.117-18). Hirschman wijst nog op vele anderen, vaak economen, die soortgelijke inzichten

formuleerden (Hirschman 1982, pp. 1466-1468). Sandel zou hier goed in mee kunnen gaan, hoewel het hem uiteindelijk gaat om de moraal zelf, niet om de marktsamenleving die gevaar loopt door de uitholling van de morele basis waarop ze leunt.

De *doux commerce*-aanhangers zien het anders: waar commercie is, daar zijn de gebruiken (*moeurs*) soepel en vice versa (Montesquieu 1961, vol.2, p.8). Commercie is de vijand van geweld en onrust (Condorcet 1795, p.238) en brengt mensen en landen bij elkaar omdat ze elkaar tot nut zijn (Paine 1951, p.215). Commercie maakt mensen flexibel en dienstbaar, ze leren om te delibereren, verstandig te zijn, en niet teveel uit de band te springen (Ricard 1781, p.463). In dit licht is commercie volgens Hirschman een “powerful moralizing agent” die veel niet-materiële voordelen brengt (Hirschman 1982, pp. 1464-1466).

Hirschman komt uiteindelijk tot de conclusie dat beide stellingen waar zijn en dat zowel het proces van erosie als versterking van de morele basis tegelijkertijd plaatsvinden in een kapitalistische samenleving. Maar Hirschman baseert die conclusie eigenlijk nergens op. De econoom en theoloog Johan Graafland, die verder bouwt op Hirschmans artikel, komt wel met theoretische en empirische literatuur om de precieze invloed van de markt op moraal bloot te leggen. Graafland bekijkt de effecten van marktwerking op (Aristotelische) deugden zoals moed, matiging en gulheid. De theoretische literatuur laat ongeveer een gelijke hoeveelheid negatieve als positieve effecten zien, maar uit het empirische onderzoek (waaronder het onderzoek waar Sandel zich op baseert) komt een pessimistische beeld naar voren. Uiteindelijk concludeert Graafland, met een slag om de arm, dat de markt eigenlijk alleen een positief effect heeft op de deugd toewijding, en verder matiging lijkt de verdringen, jaloezie opwekt en gulheid ontmoedigt, en een wisselend effect heeft wat betreft moed, nederigheid, betrouwbaarheid, verstandigheid (Graafland 2009a). In een ander artikel stelt Graafland dat de mate van competitie een belangrijke rol speelt in het moreel versterkende dan wel corrumperende effect van de markt. Weinig competitie ontmoedigt de ontwikkeling van deugden als moed, gematigdheid, rechtvaardigheid en voorzichtigheid (*prudence*). Maar teveel competitieve druk werkt opportunistisch en roekeloos gedrag in de hand. (Graafland 2009b). Graafland is genuanceerd, maar lijkt het effect van de marktsamenleving op de moraal (c.q. deugden) niet al te positief in te zien.

Uit een recent artikel van gedragseconoom Samuel Bowles lijkt er minder empirische steun te zijn voor de self-destruction-thesis (die Bowles de parasitic liberalism-thesis noemt). Burgerlijke deugden als rechtvaardigheid lijken in liberale marktsamenleving vaker voor te komen dan in traditionele samenlevingen waar de markt minder dominant is. Speltheoretische experimenten in verschillende culturen laten zien dat blootstelling aan de markt vrijgeviger maakt en ook de bereidheid om onrechtvaardig gedrag te bestraffen verhoogt. Het is met name de deugdzame werking van liberale instituties als de wet (*rule of law*) en socialisatie en de negatieve werking van traditionele instituties die Bowles hiervoor verantwoordelijk acht (Bowles 2011).

Ook uit het werk van de veelzijdige econoom Deirdre McCloskey, en met name uit *Bourgeois Virtues. Ethics for an Age of Commerce* (2006), rijst een optimistischer beeld over de markt. Zij stelt dat ‘burgerlijke’ deugden, zoals gematigdheid, rechtvaardigheid en moed, niet tegenover de markteconomie staan, maar er *zowel* de oorzaak *als* het gevolg van zijn. Volgens McCloskey heeft de oprukkende markt de afgelopen twee eeuwen deugdzame mensen als drijfveer gehad *en* deugdzame mensen voortgebracht. Deugden zijn nodig om de markt te laten werken: prudentie maakt dat mensen nadenken over hun handelen, gematigdheid maakt dat ze sparen en niet valsspelen, rechtvaardigheid dat ze eigendom respecteren, moed dat ze ondernemen, enzovoort. Wie op de markt opereert moet zich matigen, betrouwbaar en nederig zijn en luisteren naar wat de wederpartij wil. Maar een belangrijker onderdeel van McCloskey’s pleidooi is dat de markt ook deugden mogelijk heeft gemaakt door de enorme welvaart die de marktsamenleving de afgelopen twee eeuwen heeft voortgebracht. Volgens McCloskey zijn mensen vandaag de dag, omdat ze welvarender zijn, minder hebberig en materialistisch, en hebben ze veel rijkere spirituele levens – de markt voor bijvoorbeeld muziek, kunst, literatuur of filosofie groeide explosief en mensen hebben meer tijd om ervan te genieten. De markt bracht de mensen ook meer vrienden, meer toegang tot andere culturen en interessanter werk (McCloskey 2006, pp. 22-26). In een zeer kritische bespreking van *Niet alles is te Koop* verwijt ze Sandel dat hij de markt bekritiseert voor het corrumperen van een ‘gratis’

Shakespeare-voorstelling, maar de positieve rol van commercie in het bestrijden van extreme armoede in Tsjaad of Bangladesh – een moreel effect van veel grotere proportie – onbesproken laat.⁸

Alleen al op basis van bovenstaande economen valt al te concluderen dat de relatie tussen markt en moraal veel ingewikkelder is dan *Niet alles is te koop* doet voorkomen. De moraal is geen monoliet en valt uiteen in diverse delen (deugden of waarden) die elk een eigen interactie met de markt hebben. De markt en moraal zijn geen gescheiden en tegengestelde entiteiten, maar grijpen op een complexe manier ineens: de markt verdringt de moraal, dwingt de moraal af, leunt op de moraal en maakt de moraal financieel mogelijk. De verschillende wisselwerkingen leveren een caleidoscopisch beeld op en wie hier zinnig over wil spreken deze complexiteit in ogenschouw moeten nemen en precies moeten formuleren welke onderdelen van de moraal en welke interactie met de markt hij precies op het oog heeft.

Ook op de vraag of ergens meer marktwerking moet worden toegelaten of niet is het dus zaak om, samen met de economische effecten, zowel de mogelijke moreel versterkende als de verdringende of corrumperende effecten goed op een rij te zetten. Elke beslissing over meer of minder markt is dus een afweging van positieve en negatieve (morele) effecten – een afweging tussen kosten en baten, zou een econoom zeggen.

De ‘brede’ economische afweging?

In het kader van de ‘Denkers in Debat’-serie die Trouw organiseerde over *Niet alles is te koop*, schaarft hoogleraar bedrijfsethiek Wim Dubbink zich ook in het doux commerce-kamp. In plaats van dat mensen elkaar te lijf gaan volgens ze in een marktsamenleving een procedure om te bepalen wat iets waard is, waarbij ervan uit wordt gegaan dat ieder mens telt. “Dat is juist erg moreel”, aldus Dubbink.

Maar Dubbink noemt nog een reden om de markt niet terzijde te schuiven vanwege de uitwassen, namelijk omdat schaarste en de daardoor noodzakelijk economische afwegingen nu

⁸ De bespreking is te vinden op <http://www.deirdremccloskey.com/editorials/sandel.php> (geraadpleegd op 22 oktober, 2012)

eenmaal bij het leven horen, ook al zijn we sociale wezens. “Wie dat ontkent zegt eigenlijk dat het goede leven alleen mogelijk is in een wereld zonder schaarste.”⁹

In *Niet alles is de koop* lijkt schaarste geen rol te spelen. Maar toch gaat Sandels verdringingstheorie in de kern over schaarste. Verdringing (*crowding out*) wordt door economen vaak gebruikt om te wijzen op het wegdrukken van private investeringen of consumptie door expansief begrotingsbeleid. Maar de term ‘verdringing’ is ook economisch als het strikt genomen niet over een economisch onderwerp gaat: het is een metafoor die schaarse ruimte suggereert die door wedijverende elementen bezet wil worden. Die ruimte in *Niet alles is te koop* is de meest waardevolle sfeer van ons leven, de sfeer van ons lichaam, de natuur, de liefde, de democratie, de samenleving – daar wil Sandel geen marktwerking toelaten. Maar daarmee is het economisch denken niet meteen ontoelaatbaar. In feite stelt Sandel zelf dat de kosten van de markt hoger zijn dan de baten, alleen definieert hij de kosten breder, c.q. niet enkel in geldwaarden.

Een voorbeeld van die bredere kosten-batenanalyse zien we ook wanneer hij ageert tegen de markt voor CO₂-uitstootrechten. Hij heeft het dan letterlijk over “morele kosten”: de markt zou ten koste gaan van onze houding ten opzichte van de natuur, en de gedachte dat we gezamenlijk offers moeten brengen en dat je die niet moet kunnen “afkopen” (Sandel 2012, pp.75-76). De markt maakt dus morele kosten (minder verantwoordelijkheidsgevoel) die je moet afwegen tegen de baten (efficiëntie, welvaart). Dat is een bredere afweging dan je bij veel economen zou tegenkomen, maar die niet zonder meer buiten de economische wetenschap valt.

Nog een categorie van morele kosten die Sandel noemt zijn de misgelopen “koopjes” die intrinsieke motivaties, zoals verantwoordelijkheidszin, “economisch gezien” eigenlijk zijn. Gemeenschapszin “levert” veel sociaal nutte zaken “gratis”, zoals eerder genoemde voorbeelden van collecterende kinderen en de opslag van kernafval duidelijk maken. Het is de eerder genoemde morele basis waar de markt op steunt en die door marktwerking kan worden beschadigd. Je zou hetzelfde kunnen zeggen over waarheidsgetrouwheid, betrouwbaarheid, enzovoort. Dat zijn eigenlijk ook koopjes: anders zouden we bij elke transactie een contract moeten opstellen en een rechter moeten

⁹ Deze bijdrage van Dubbink en diverse anderen zijn te vinden op <http://www.trouw.nl/tr/nl/10912/Denkers-in-Debat/index.dhtml> (geraadpleegd op 22 oktober, 2012).

inschakelen. Hoewel hij zich haast om te zeggen dat intrinsieke motivatie niet alleen goed is voor de economie en ook waarde in zichzelf heeft, maar toch krijgt het morele pleidooi van Sandel hier een economische tint (Sandel 2012, pp.117-118).

Ook Tony Judt pleit in *Ill Fares the Land* in feite voor een bredere, economisch aandoende, afweging waarin sociale-, milieu-, esthetische-, menselijke- en culturele ‘kosten’ samen met economische kosten worden meegewogen. Hij noemt als bijvoorbeeld de waardering van een publiek goed als de (Britse) spoorwegen, die volgens hem door een te nauwe economische analyse de nek om zijn gedraaid (Judt 2010, pp. 207-216).

Het gaat te ver om dergelijke brede kosten-batenanalyses als economisch te bestempelen en binnen het domein van de economische wetenschap te trekken, puur en alleen omdat economen bedreven zijn in het wegen van ‘kosten’ en ‘baten’. Het probleem is dat deze kosten en baten vaak niet direct of helemaal niet in geld uit te drukken zijn, waardoor een groot deel van de economen zal afhaken. Hirschman wees er ook al op dat het vraagstuk rond *doux commerce/destructive commerce* opvallend afwezig is in de economische literatuur, omdat economen graag net zo strak en precies willen zijn als ‘echte’ natuurwetenschappers, en ze hun neus ophalen voor wollig en speculatief onderzoek naar moeilijk kwantificeerbare sociale effecten (Hirschman 1982, p.1473). Uiteindelijk is de brede kosten-batenanalyse een weging van onvergelijkbare elementen en zullen verschillende (groepen) mensen daar verschillende keuzes in maken – Sandels wens om deze weging terug te brengen in het publieke debat is dus heel begrijpelijk.

Toch gaat Sandel ook te ver door economen bij deze weging niet serieus te nemen. Zowel heterodoxe economen, die de markt met gezonde scepsis bezien, als onvervroren vrije markteconomen hebben genoeg concepten en empirisch bewijsmateriaal met betrekking tot de specifieke interacties tussen markt en moraal in te brengen in het debat. En hoe meer mogelijke kosten en baten van marktwerking in kaart worden gebracht, hoe zuiverder de weging.

Paul Teule is docent economie aan de Faculteit der Geesteswetenschappen van de UvA en werkt aan een promotieonderzoek over alternatieve maatstaven voor economische groei

Literatuur

Bowles, S., “Is Liberal Society a Parasite on Tradition?”, *Philosophy & Public affairs* 39 (1), (2011), 46-81.

Coleridge, S.T., *Collected works, Vol. 6, Lay sermons*. London: Routledge and Kegan Paul; Princeton, NJ: Princeton U. Press, 1972.

Condorcet, Marquis de, *Esquisse d'un tableau historique du progres de l'esprit humain*. Paris, 1795.

Göçmen, D., *The Adam Smith problem*. London: Tauris Academic Studies, 2007.

Graafland, J.J., “Do markets crowd out virtues? An Aristotelian framework”, *Journal of Business Ethics*, 91(1) (2009a), 1-19.

Graafland, J.J., “Doux Commerce and Self-Destruction in a Curvilinear Relation between Competition and Virtues”, Tilburg University, Conference paper, (2009b).

Hirsch, F., *Social limits to growth*. Cambridge, MA and London: Harvard U. Press, 1976.

Hirschman, A. O., “Rival Interpretations of Market Society: Civilizing, Destructive or Feeble?”, *Journal of Economic Literature* XX (1982), 1463–1484.

Judt, T., *Ill Fares the Land*. New York: Penguin Group, 2010

Maitland, I., “Virtuous Markets: The Market as School of the Virtues”, *Business Ethics Quarterly* Vol. 7, (1997), pp. 17-31.

Mankiw, N.G., *Principles of Microeconomics*. Mason, OH: South Western Cengage Learning, 1998

Marx, K. en Engels, F., *The Manifesto of the Communist Party*. London: Pluto Press, 2008

McCloskey, D.N., *The bourgeois virtues: Ethics for an age of commerce*. Chicago: University of Chicago press, 2006.

Montesquieu, C.L., *De l'esprit des lois*. Paris: Garnier, 1961.

Paint, T., *The rights of man*. New York: E. P. Dutton, 1951.

Phillipson, N., *Adam Smith: An Enlightened Life*. London: Penguin Books, 2010.

Ricard, S., *Traité général du commerce*. Amsterdam: Chez E. van Harreveld et Soeters, 1781.

Smith, A., *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (redactie R. H. Campbell en A. L. Skinner). Indianapolis: Liberty fund, 1981.

Smith, A., *Lectures on Jurisprudence* (redactie R.L. Mee et al.). Oxford: Clarendon Press, 1978

WRR, *Publieke zaken in de marktsamenleving*, Amsterdam: AUP, 2012.

Smith, A., *The Theory of Moral Sentiments* (redactie D. D. Raphael en A. L. Macfie). Indianapolis:
Liberty fund, 1984.