

De vrije markt heeft betere mensen van ons gemaakt

Verschenen in *Filosofie Magazine*, jaargang 15 nummer 6, p. 44-49.

Rutger Claassen

De markt zit de laatste tijd in het verdomhoekje. Met de komst van een nieuw zorgstelsel als meest recente voorbeeld van de invoering van marktwerking, is ook weer een nieuwe ronde van ethische kritiek ingegaan. Maar ook als het gaat over onderwijs, openbaar vervoer, energie en allerlei andere maatschappelijk belangrijke goederen keert de morele kritiek zich vaak tegen de markt. Toch kan de markt – opgevat als een volstrekt unieke ‘handelingservaring’ – ook moreel gunstige uitwerkingen hebben. Wat is er waar van de kritiek? En wanneer is de markt juist een heilzame institutie?

Laten we beginnen met een zeer frappant voorbeeld van de heilzame werking van de markt, dat we meteen met de opkomst van het kapitalisme in de 18^e eeuw vinden. De transatlantische slavenhandel was in die tijd een bloeiende industrie. Het is dan ook opmerkelijk dat aan het eind van die eeuw een beweging opkwam die op morele gronden ijverde voor afschaffing van de slavernij. Waarom vonden velen slavernij plotseling moreel ontoelaatbaar, een gevoel dat onder voorgaande generaties nooit een grote rol had gespeeld? Ironisch genoeg had die nieuwe ‘humanitaire gevoeligheid’ alles te maken met de opkomst, rond dezelfde tijd, van het industriële kapitalisme. In de antislavernij beweging waren opvallend veel prominente kapitalisten actief. Een gebruikelijke verklaring is dan ook dat door zich af te zetten tegen de gruwelen van de slavernij deze kapitalisten de industriële loonarbeid (die Marx later zou bekritisieren) probeerden te legitimeren. Door het sterke contrast met de onvrijheid van het slavenbestaan kon de vrij gecontracteerde loonarbeid boven elke morele verdenking worden verheven.

Niet tevreden met deze cynische verklaring, heeft de historicus Thomas Haskell in zijn essay ‘Capitalism and the Origin of the Humanitarian Sensibility’ echter een andere verklaring gegeven. Hij beweert dat de opkomende markteconomie een nieuwe ervaring bood die humanitaire gevoeligheid inspireerde – geheel onafhankelijk van kapitalistische belangen bij de legitimiteit van industriële loonarbeid. Deze verklaring is op zijn zachtst gezegd ongebruikelijk. De opkomst van het kapitalisme ging immers vergezeld van een hele reeks aan filosofische legitimaties die allen juist berusten op het idee dat iedereen in de markt zijn eigenbelang kan nastreven. De ‘onzichtbare hand’ zorgt ervoor dat daarmee de grootst mogelijke welvaart tot stand komt. Het is dus niet bepaald humanitaire gevoeligheid die tot succes leidt. Integendeel, het zijn private ondeugden als hebzucht en jaloezie die tot sociaal wenselijke uitkomsten leiden.

Sociale technieken

Nu kan men zich afvragen waarom de ervaring van de markt nodig was om die humanitaire gevoeligheid aan te kweken. Op het eerste gezicht lijkt het repertoire aan morele overtuigingen in de 18^e eeuw immers ruim voldoende om mensen te inspireren tot belangeloze medemenselijkheid. Het Christendom is vol van deze morele boodschap (de barmhartige Samaritaan!) en Kant ontwierp zijn categorische imperatief. Toch viel slavernij buiten het morele gezichtsveld. Dat is minder vreemd dan het op het eerste gezicht lijkt. Net zo valt vandaag de dag bijvoorbeeld het redden van een vreemde in de sloppenwijken in de Derde Wereld buiten ons morele *frame*, hoezeer we ook daadwerkelijk op het vliegtuig zouden kunnen stappen om de daad bij het woord te voegen. We voelen ons niet verantwoordelijk voor het sterven van die vreemde, ook al is ons nietsdoen mede de oorzaak van zijn dood en zijn wij ons daarvan bewust. Wat er mist, is een sociale techniek (of, zoals Haskell zegt, een ‘recept’) om het onheil voor de vreemde te voorkomen; een techniek die bovendien voldoende alledaags en trefzeker is dat wij haar routinematig kunnen inzetten. Stel dat door een nieuwe techniek wij het sterven van de vreemde met een druk op de knop zouden kunnen voorkomen; zouden wij dan nog kunnen weggkomen met ons huidige nietsdoen?

De markteconomie leverde twee sociale technieken, die wel wat abstracter zijn dan zo’n spreekwoordelijke druk op de knop. De eerste is een nieuw besef van het belang van beloften in het economisch verkeer. Transacties kunnen alleen plaatsvinden (zeker over grote afstanden en lange tijd) als mensen zich in een contract vastleggen op hun toekomstig gedrag en zich daar ook aan houden. De berekenbare en principiële mens krijgt in de nieuwe samenlevingsordening die in de 18^e eeuw ontstaat, de wind in de zeilen. Niet gewoonten en traditionele autoriteit, maar zelf aangegane contractuele verplichtingen staan in de markt centraal. Die verplichtingen werden bovendien door wetgeving steeds beter afdwingbaar – het was dus in alle opzichten zaak de eigen beloften serieus te nemen. Denk bijvoorbeeld aan Shylock die in Shakespeare’s ‘Merchant of Venice’ tot het uiterste gaat om zijn schuldenaar te houden aan diens belofte bij wanbetaling een pond van zijn eigen vlees af te zullen staan. Die nieuwe houding had ook buiten het economische domein gevolgen, namelijk voor de manier waarop men met de eigen morele principes omging. Aangezien deze principes beloften waren die men aan God verschuldigd was, kon men die opeens niet zo gemakkelijk meer verwaarlozen. En die morele principes veroordelen slavernij. Dit is echter maar de helft van het verhaal - een tweede sociale techniek was nodig om de nieuwe verwachting van standvastigheid ook om te zetten in handelen.

Complexe ketens

Dit was een vergroot bewustzijn dat men invloed kon uitoefenen op situaties die buiten de eigen onmiddellijke nabijheid liggen (een ‘maakbaarheidsgeloof’, zouden we nu zeggen). Ook hier was de rol van de markt weer cruciaal. De markt bevatte een ware training in het voorstellingsvermogen: complexe causale relaties in de toekomst kunnen worden gemanipuleerd door het eigen gedrag, mits men zich houdt aan de plannen die men maakt en de onderliggende inschattingen en berekeningen deugdelijk zijn. Met de opkomst van de markt werd men zich daarom plotseling met verhoogde intensiteit bewust van de eigen – weliswaar indirecte, maar toch onmiskenbare - betrokkenheid bij de slavenhandel; net zoals wij vandaag de dag niet meer kunnen weglopen voor onze betrokkenheid bij het helen van fietsen of het eten van (industrieel geproduceerd) vlees. Daarmee zag men ook dat veranderingen in het eigen gedrag daadwerkelijk effect konden hebben: men had het recept voor het einde van de slavernij zelf in handen.

Natuurlijk had de markt op sommigen een sterkere invloed dan op anderen. Niet iedereen pleitte onder invloed van deze nieuwe ‘recepten’ opeens tegen slavernij. Maar dat de morele tijdgeest kan kantelen door de introductie van nieuwe ordeningsprincipes en sociale technieken, is volgens Haskell een belangrijke les uit deze episode van de geschiedenis. Die les is in haar strekking precies omgekeerd aan de sinds Max Weber dominante opvatting dat het de protestantse ethiek was (met haar nadruk op ‘binnenwereldlijke ascese’) die het kapitalisme schiep of op zijn minst sterk bevorderde. De ethiek is hier niet oorzaak maar gevolg van de economische ordening; of beter van de *handelingservaring* die die ordening creëert. Die ervaring beïnvloedt zowel onze perceptie (hoe wij de buitenwereld en onze plaats daarin waarnemen) als onze cognitie (de omvang en vormgeving van onze kennis van de buitenwereld). Dat neemt het gelijk van Weber’s lijn van denken trouwens nog niet weg. Eerder is het allebei waar: morele opvattingen beïnvloeden de vormen van sociale ordening die wij creëren en andersom, de ervaring van een bepaalde (bijvoorbeeld economische) orde beïnvloedt onze morele opvattingen. Tussen beide bestaat een constante wisselwerking.

Sommigen klinkt dit historische verhaal wellicht onwaarschijnlijk in de oren. Hoe kan het überhaupt dat de burgers en consumenten van de 18^e eeuw *niet* onmiddellijk inzagen hoeveel schade zij toebrachten aan andere mensen door het kopen van producten die door middel van slavernij waren vervaardigd? Maar morele verontwaardiging is al te gemakkelijk. Laten we daarom de lijn doortrekken naar een voorbeeld van vandaag, het Europese handelsbeleid. Daarvoor kunnen we dezelfde vraag stellen: hoe kan het dat wij *niet* onmiddellijk inzien hoeveel schade onze importtarieven en exportsubsidies toebrengen aan de allerarmsten van de wereld? Wij weten het wel, maar toch doen wij niets. Tenminste, niet echt - er is geen serieuze sociale beweging zoals de antislavernij beweging destijds. Ook nu weer is de reden dat we geen ‘recept’ hebben om aan deze toestand een einde te maken. In een vreemde omkering van de logische volgorde erkennen we het probleem pas echt als we er een oplossing voor gevonden hebben.

Dat verklaart ook de discrepantie tussen het gebrek aan verontwaardiging over wereldhandelstarieven en de overvloed aan medeleven bij een ramp zoals de tsunami in Azië. Het is niet alleen dat zo'n ramp mediageniek is terwijl de dagelijkse gevolgen van de wereldhandel abstracter zijn. Het is ook dat we voor zo'n ramp een oplossing voorhanden hebben: geld storten en de hulporganisaties gaan aan de slag en bouwen het gebied weer op (zo geloven we). Vergelijk dat eens met de stroperige en ondoorzichtige besluitvormingsprocessen in de EU en WTO – dat stemt de gemiddelde burger bij voorbaat al moedeloos. Dezelfde psychologische wetmatigheden werken dus ook nog vandaag de dag. Een laatste voorbeeld: dat vliegen grote milieuschade met zich meebrengt is al lang bekend, maar nu wij via websites bomen kunnen laten planten om de uitstoot van onze vliegkilometers te compenseren, wordt die wetenschap ondraaglijker dan ooit. Zodra we een morele misstand op concrete wijze kunnen verhelpen, neemt de neiging toe haar als zodanig te benoemen. Tot die tijd hebben we de neiging (bewust en onbewust) haar buiten ons morele gezichtsveld te houden.

Motivatie

De tot nu toe genoemde ervaringen van het markthandelen zijn natuurlijk niet de enig relevante. We kunnen ons de vraag stellen welke handelingservaringen de markt nog meer biedt; en welke invloed die ervaringen vandaag de dag hebben op onze moraal.

Eén van de belangrijkste ervaringen is de krachtige *motivatie* die concurrentie onder de tucht van het prijsmechanisme biedt. Deze ervaring heeft grote gevolgen voor onze morele oordelen omtrent de vormgeving van sociale relaties. Daar waar de markt ons motiveert tot productie en daarmee gunstige gevolgen tot stand brengt (meer welvaart), ligt het voor de hand deze motivatiebron ook als goed te beschouwen voor andere dan strikt economische relaties. Op die manier versterkt de markt zichzelf: haar ervaring prijst zichzelf aan als de moreel beste manier om andere (in potentie alle) menselijke relaties vorm te geven. Dat kan vruchtbare gevolgen hebben. Denk bijvoorbeeld aan de slogan 'trade, not aid'. Deze drukt op kernachtige wijze uit dat de traditionele hulprelatie waarmee wij ons tot ontwikkelingslanden verhouden, niet alleen economisch ineffectief is, maar ook moreel verkeerd - namelijk kleinerend, paternalistisch, neokolonialistisch. Een betere manier om ons tot de Derde Wereld te verhouden is volgens deze slogan via het sjabloon van de markt. Handelen met de ander betekent diegene als volwaardige contractuele partner tegemoet treden in plaats van als afhankelijke en hulpbehoevende. Het stimuleert diegene bovendien voor zichzelf op te komen doordat hij de vruchten van de eigen inspanning plukt. (des te cynischer is het dat het slechten van de tariefmuren die dit belemmeren weer buiten ons morele blikveld valt).

Dezelfde zelfversterkende werking kan echter ook moreel dubieuze gevolgen hebben. De motivatie die de markt normaal gesproken biedt, kan namelijk in sommige

omstandigheden andere, markt-extrinsieke motivatiebronnen te gronde richten. Een mooi voorbeeld is dat van crèches die kampten met het probleem dat werkende ouders hun kinderen te laat kwamen ophalen en daarmee de crècheleidsters dwongen tot na sluitingstijd open te zijn. Sommige crèches besloten om deze ouders een boete op te leggen voor elke keer dat ze te laat kwamen. Het gevolg was echter het tegenovergestelde van wat zij hoopten en verwachtten. Meer ouders dan tevoren kwamen te laat en betaalden vrijwillig de boete. In plaats van schuldgevoel hadden zij nu het gevoel dat zij gewoon voor de 'langere openingstijden' betaalden! De intrinsieke motivatie (de crècheleidsters niet onnodig belasten) maakte plaats voor een monetaire motivatie en de relatie tussen ouders en crècheleidsters werd een puur zakelijke. De Nederlandse regering kondigde recentelijk aan dat zij burgers het recht wil geven lagere overheden een boete op te leggen als deze te laat reageren op een brief of bezwaarschrift. Hoe lang zal het duren voordat lagere overheden een potje reserveren om daaruit met opgeruimd gemoed hun langzame werktempo te financieren?

Wendbaarheid

Een laatste voorbeeld van een kernervaring die het deelnemen aan de markt biedt, is die van *flexibele wendbaarheid*. De markt belooft alleen gedrag dat inspeelt op een daadwerkelijk bestaande vraag en die kan zo maar omslaan; de consument is grillig, zodat het deelnemen aan de markt een grote lenigheid en creativiteit vereist. Dit is slechts schijnbaar in tegenstelling met het belang van standvastigheid en principes dat we hierboven tegenkwamen. De koopman moet zich aan zijn contracten houden, maar of hij contracten in de wacht sleept hangt af van zijn wendbaarheid. Dat ook dit een moreel waardevolle ervaring is, blijkt wel uit de tegenovergestelde ervaring van de communistische economieën. De inflexibiliteit van die economieën was niet alleen economisch inefficiënt, maar ook een verspilling van menskracht en milieu die moreel niet te rechtvaardigen is. Wendbaarheid betekent ook dienstbaarheid, in een heel praktische zin; dienstbaarheid aan anderen en hun behoeften. Dit is een dienstbaarheid die zo vrij is als maar mogelijk. Men produceert in principe niet dat wat een ander ons oplegt te produceren, maar waarvan men zelf denkt dat men er talent en *feeling* voor heeft. Het is beter je te moeten schikken naar de grillige wensen van de consument dan naar de grillige wensen van een feodale leenheer, communistisch partijbureau of gebiedende echtgenoot. In die zin staat de wendbaarheid van de markt ook voor vrijheid, emancipatie uit dwingende(r) verbanden.

Maar ook deze op zichzelf positieve ervaring kan in moreel opzicht problematisch worden. Dit is het geval waar de vereiste flexibiliteit het voortbestaan van menselijke relaties buiten de markt bedreigt. De indringende portretten uit Richard Sennett's *The Corrosion of Character* zijn daar een goed voorbeeld van. Hij laat zien hoe de waarden

die een flexibel arbeidsregime oplegt (onbeperkte mobiliteit, onmiddellijke inzetbaarheid, voortdurende fragmentatie van taken en banen) het voor sommige werknemers onmogelijk maakt een zinvolle narratieve identiteit (levensverhaal) te ontwikkelen die zij aan hun kinderen als voorbeeld kunnen stellen. De door de markt geëiste wendbaarheid brengt vaak ook een zekere vluchtigheid en oppervlakkigheid, die op gespannen voet staat met het aangaan van betekenisvolle familie- en gemeenschapsrelaties. Die laatste leven juist bij de gratie van het niet zomaar wendbaar zijn, maar bij het betrokken zijn op duurzame verbanden die geen instantbevredesting beloven en waarbij ‘resultaat’ niet is gegarandeerd. Een ander voorbeeld van zo’n gespannen verhouding vinden we in de huidige discussies over kledingvoorschriften (hoofddoekjes e.d.). Ook daarin komt de gevraagde wendbaarheid in botsing met een als dieper beleefde - in dit geval een religieuze - identiteit.

Marktgelooft

Marktdepten en marktcritici staan vaak onverzoenlijk tegenover elkaar in een pose die nog het meest doet denken aan die van de stier die reageert op de bekende rode lap. De één kan geen kwaad woord horen over de markt, de ander laat geen gelegenheid onbenut haar te kapittelen. Toch hebben we meer aan een zo nuchter mogelijke analyse, waarin zowel eventuele zegeningen als tekortkomingen aan de orde komen. Dezelfde handelingservaringen die in sommige contexten goed uitpakken, beschadigen in andere contexten iets van waarde. Een absoluut geloof in de markt kan daar geen recht aan doen – net zomin als een absoluut wantrouwen. Dat inzicht opent een fascinerende zoektocht naar argumenten en inzichten om de ene keer wel, de andere keer niet de markt aan te prijzen. De misschien wel grootste complicatie daarbij is dat positieve en negatieve gevolgen vaak tegelijkertijd komen - de markt blijkt dan een ‘mixed blessing’. Zoiets zou bijvoorbeeld ook heel goed bij de nieuwe zorgmarkt kunnen gebeuren, waar efficiënter werken en creatief ondernemerschap beloond wordt (denk aan de zeer succesvolle commerciële initiatieven met kleinschalige huizen voor ouderen en gehandicapten), maar ook solidariteit onder druk kan komen te staan, zoals de recente problemen met onverzekerden aantonen. Maar de alternatieven voor de markt (zoals overheidsvoorziening) zijn vaak ook een mixed blessing – dat geeft keuzes voor of tegen de markt een tragisch karakter.

Rutger Claassen promoveert aan de Faculteit Wijsbegeerte van de Universiteit Utrecht op een onderzoek naar markt en moraal. Hij is auteur van *Het eeuwig tekort. Een filosofie van de schaarste* (Ambo, 2004).