



Andere schaarste

DR. H.J. VAN DE BRAAK

Inleiding

In een vroegere bijdrage aan deze rubriek heb ik geschreven over het theoretische tekort van de economische sociologie 1). Recapitulerend, komt zo'n tekort erop neer dat het kennisobject van dit brugspecialisme moeilijk is af te bakken bij gebrek aan een samenbindende probleemstelling en een daartoe benodigd begripapparaat. De problematische afgrenzing van de economische sociologie wordt op amuseante wijze geïllustreerd door Arthur Stinchcombe, wanneer hij zijn eerste typoscript over dit onderwerp bij de uitgever inlevert „(...) when faced with what I had actually produced, my editor at Academic Press said he felt like an Eskimo confronted with a beached whale (...)” 2). Ofschoon om allerlei redenen niet valt te verwachten dat de afbakening van het bewuste kennisgebied tot eenstemmige resultaten zal leiden 3), moet het toch mogelijk zijn een elementair begrippenkader te ontwerpen waarmee economisch-sociologische vraagstukken kunnen worden aangepakt. Het kernbegrip van zo'n taxonomie is natuurlijk – weliswaar op een andere wijze ingevuld dan te doen gebruikelijk – schaarste. Over die andere schaarste handelt dit verhaal, waarin een tweetal zaken aan de orde zal komen.

Op de eerste plaats zal ik stilstaan bij enkele *conceptuele ontwikkelingen*. Bekend is bij voorbeeld dat beperkingen van het gangbare schaarstebegrip hebben geleid tot een gewijzigde terminologie, waar economen reppen over ongeprijsde, nieuwe en maatschappelijke schaarste. Waarschijnlijk minder bekend is dat een enkele socioloog zich heeft gewaagd aan een maatschappij-analyse aan de hand van het begrip schaarste. Daarnaast zal ik stilstaan bij de zogeheten *goederentheorie* van Brock en Fromkin die een vruchtbare impuls belooft op te leveren voor een andere conceptualisering van schaarste. Deze theorie, afkomstig uit de psychologie, heeft inmiddels geleid tot allerlei onderzoeken die vooral aanknopen bij de economie van het consumentengedrag. Met name auteurs als Hirsch en Leibenstein hebben de traditionele behandeling van schaarste en consumptieve vraag al verruimd door de introductie van noties als consumptieschaarste en niet-functionele vraag. In het eerste geval wordt bedoeld dat de tevredenheid die consumenten ontlenen aan goederen niet alleen wordt bepaald door intrinsieke produktkenmerken, maar ook afhankelijk is van de mate waar-

in anderen zulke goederen ge- en verbruiken. Verschijnselen als autofiles, geluids-overlast e.d. illustreren dat consumenten elkaar hinderen in hun streven naar een optimaal genot van het betreffende goed. In het tweede geval wordt bedoeld dat in de consumptieve vraag allerhande referentie- en demonstratie-effecten meespelen (zoals de „bandwagon”-, „snob”- en „Veblen-effecten” 4). Ofschoon Hirsch en Leibenstein pleiten voor een verruiming van het schaarstebegrip resp. het traditionele leerstuk van de consumptieve vraag, blijft onduidelijk welke achterliggende gedragsmechanismen verantwoordelijk zijn voor de effecten van extrinsieke produktkenmerken op de consumptieve vraag. Juist de goederentheorie van Brock en Fromkin gaat hier nader op in en verdient daarom aandacht.

Conceptuele ontwikkelingen

Schaarste is zo'n vanzelfsprekend begrip dat het kennelijk geen nadere toelichting behoeft. Weinig woordenboeken en lexica althans behandelen dit centrale begrip in de economie 5). Die vanzelfsprekendheid wreekt zich wanneer niet-economen – voor zover niet gehinderd door kennis van zaken – kritiek uitoefenen op de economische orde. Dat is destijds Van Zuthem overkomen, toen hij bij de bezetting van de Delftse leerstoel economische sociologie in een innocente bui pleitte voor de afschaffing van het schaarste-idee. Prompt werd hij gekapitteld om zijn onzorgvuldige en vage terminologie: „Voor economen is schaarste een technische term die betekent: niet onbeperkt voorhanden (...)”. Er zou over de beschouwingen van Van Zuthem nog wel meer te zeggen zijn, maar het bovenstaande lijkt mij voldoende om aan te tonen dat hij een bijzonder warrig en tegenstrijdig betoog heeft gehouden. Het gaat hem in feite ook helemaal niet om de economische orde. Eigenlijk wil hij aantonen dat onze maatschappelijke waarden niet deugen en dat ons behoeftenpatroon wijziging dient te ondergaan. „De mythe van de schaarste is de mythe van de verkeerde behoeften!” 6).

Inderdaad is schaarste een neutraal waarde-vrij begrip dat de spanningsverhouding weergeeft tussen concurrerende behoeften en alternatief aanwendbare middelen. En gebruikelijk is dan om de verlangde goederen en de beschikbare inkomsten in financiële termen te vertalen, te weten in prijzen en budgetrestricties. Daar-

mee is schaarste toch minder objectief dan vaak wordt voorgesteld vanwege achterliggende assumpties en denkpatronen, kortom waarde-oordelen 7). Waar het echter om gaat is dat bij elke geëngageerde beschouwing – zoals die van Van Zuthem destijds – het gevaar van de begripsverwarring levensgroot op de loer ligt. Al met al is de gangbare hantering van het begrip schaarste zeker niet onomstotelijk. Zo zijn pogingen in het werk gesteld om de puur financiële definiëring van schaarste te verruimen met tijd als schaars medium. De analogie met prijzen en budgetrestricties ligt hier voor de hand. Steeds beschikken economische subjecten immers over afgebakende tijds-kaders – bij voorbeeld vrije tijd – waarbinnen alle mogelijke goederen kunnen worden geconsumeerd. Met het aanschaffen, gebruiken en onderhouden van ieder goed is steeds tijd gemoeid. Onder optimale tijdallocation valt dan te verstaan het evenwicht tussen de voor bepaalde bezigheden wenselijk of noodzakelijk geachte tijd en de daarvoor gebruikte tijd, met inachtname van de preferenties van economische subjecten en de voor hen geldende randvoorwaarden, zoals budgetrestricties en prijzen van goederen 8).

De invoering van tijdrestricties in het schaarstebegrip kan ontegenzeggelijk als een aanwinst worden beschouwd. Het vraagstuk van de tijdallocation werpt bij voorbeeld licht op de discussie rond arbeidstijdverkorting. De algemene voorkeur voor hogere reële lonen boven meer vrije tijd in de jaren zestig kan als volgt aannemelijk worden gemaakt. In tijden met een hoog niveau van werkgelegenheid en met het vrijwel volledig benutten van de productiecapaciteit kan van de werkgevers verwacht dat zij zich tegen arbeidstijdverkortingen zullen verzetten en eisen daaromtrent eventueel zullen overcompenseren door het uitbetalen van hogere lonen,

1) H.J. van de Braak, Het theoretische tekort van economische sociologie, *ESB*, 10 maart 1982.

2) Arthur L. Stinchcombe, *Economic sociology*, New York, 1983, blz. VII.

3) Uitvoeriger hierover: Franz-Xaver Kaufmann, *Wirtschaftssoziologie*, in: Willi Albers e.a., *Handwörterbuch der Wirtschaftswissenschaften*, Stuttgart, 1982, blz. 252 e.v.

4) Harvey Leibenstein, Bandwagon, snob, and Veblen effects, in the theory of consumer demand, *The Quarterly Journal of Economics*, jg. 64, 1950, blz. 183-208.

5) Een uitzondering is bij voorbeeld: Julius Gould en William L. Kolb (red.), *A dictionary of the social sciences*, New York, 1964, blz. 618-629.

6) H.J. van Zuthem, *De geloofwaardigheid van onze economische orde*, Kampen, 1969, blz. 13; C. de Galan, Een uitnodiging die geen aandacht verdient. Aantekeningen bij de oratie van Van Zuthem, *ESB*, 17 september 1969, blz. 895-896; Weerwoord en commentaren in *ESB*, 28 april 1971, blz. 385-396.

7) Oleg Zinam, The myth of absolute abundance: economic development as a shift in relative scarcities, *American Journal of Economics and Sociology*, jg. 41, 1982, blz. 61-76.

8) F. Broekman, Tijdallocation en economische orde, *Maandschrift Economie*, jg. 41, 1978, blz. 650-674.

extra beloningen voor overwerk enz. Uitgerekend in de tweede helft van de jaren zestig maakt de arbeidsinkomensquote dan ook een sprong tot boven de tachtig procent. Hierbij spelen natuurlijk ook inhaaleffecten een rol vanwege de abrupte loslating van de geleide loonpolitiek in 1963. Inmiddels zijn we beland in de jaren tachtig, waar grote bevolkingsgroepen baadden in een zee van tijd, terwijl anderen nauwelijks tijd hebben om van hun luxe te genieten. In belangrijke mate lijkt die ontwikkeling toe te schrijven aan het inkomenskompas, dat Keynes ons heeft nagelaten. In zijn macro-economische theorie van de inkomensallocatie ontbreekt per slot van rekening de tijdallocation, die onlosmakelijk verbonden is met het welvaartsstreven van economische subjecten, de sociaal-economische orde en het te voeren sociaal-economische beleid. Kortom, langdurige pre-occupatie met de inkomensallocatie annex verwaarlozing van de tijdallocation zou wel eens verantwoordelijk kunnen zijn voor ernstige verstoringen op de arbeidsmarkt, waar we momenteel mee kampen. Aan de vraagkant drukken verhoudingsgewijs ruime vergoedingen voor niet-werken het loongebouw omhoog, terwijl aan de aanbodkant de scheve prijsverhouding tussen kapitaal en arbeid tot substitutie en uitstoot leidt. Natuurlijk is de collectieve-lastendruk ook een belangrijke factor achter deze verstoringen, maar het ontgaat mij waarom sommige auteurs aan de last van de collectieve sector het grootste gewicht geven in de keten van oorzakelijkheid 9).

Ook langs andere wegen blijken de beperkingen van het traditionele schaarstebegrip, voor zover uitsluitend vertaald in financiële termen van prijzen en budgetrestricties. Al in 1970 heeft Goudzwaard ten onzent aandacht gevraagd voor de zogeheten *exprietiale effecten* (pretium = prijs), zoals bij voorbeeld milieuvervuiling. Hieronder worden verstaan de effecten of nevengevolgen van economische handelingen, die buiten de markt om de productievoorwaarden of het welvaartspeil van andere huishoudingen beïnvloeden 10). De aanwinst van deze conceptie voor het schaarstebegrip is tamelijk problematisch. Op zich zelf ligt het weliswaar voor de hand om bij voorbeeld schadeposten van het reële nationale inkomen af te trekken. Maar de kwantificering – zoals bepleit en beproefd door Hueting 11) – levert veel complicaties op: hoe stellen we de (schaduw-)prijzen van schade vast en hoe ver gaan we daarbij. Een andere auteur die furore heeft gemaakt met zijn verruiming van het begrip schaarste is Fred Hirsch 12). Alhoewel Hirsch een meeslepende schrijfstijl hanteert en van grote ideeënrijkdom en belevingsrijkdom blijkt geeft, is zijn behandeling van het schaarsteconcept niet zonder problemen. Zo onderscheidt hij maatschappelijke schaarste van fysieke schaarste. In het laatste geval is de beschikbaarheid van een goed afhankelijk van en beïnvloedbaar door technologische en andere productiefactoren. In het eerste geval gaat het om goederen – zogeheten „positional goods” (relaties, statusobjecten

e.d.) – die in beginsel voor iedereen beschikbaar zijn maar door toedoen van maatschappelijke factoren slechts voor weinigen zijn weggelegd. Populair vertaald: niet iedereen kan zich de huisvriend noemen van Johan Cruyff of zich in het bezit verheugen van een uniek kunstwerk. Onduidelijk blijft toch, waar het ene type schaarste ophoudt en het andere begint. Ten slotte kan de schaarste aan kunstwerken tot op zekere hoogte worden overwonnen via reproductietechnologie en publieke tentoonstelling. Daarnaast kan de beperkte vriendenkring van populaire persoonlijkheden goeddeels worden herleid tot tijdsrestricties.

Daarmee is de kern van Hirsch' begrip maatschappelijke schaarste natuurlijk niet verdwenen. Het gaat immers om positionele goederen waarvan het nut sterk afhankelijk is van sociale interdependencies respectievelijk onderhevig is aan gedragsrestricties. Peter Ekeh zegt daar het volgende over: „The scarcity of any product that has a symbolic value compels the intervention of society in its distribution. So long as there is an abundance of such product, society leaves its distribution to chance or natural laws. Its scarcity compels the enunciation of rules of exchange. But social scarcity is not economic scarcity. Society regulates the meaning of the former. Thus exogamy and incest, both of which are social inventions that take particular meanings from society to society, make a spouse scarce by excluding certain groups of persons from choice of mate. In social scarcity, desired items may be physically available, but they are barred to some actors by social regulations. One simple way a society creates social scarcity is by denying an individual the consumption of his own product or by making it less valuable. Thus, the present a man buys himself at Christmas is of less symbolic value than the one he receives from a friend or relative” 13).

Behalve economen is er ook een enkele socioloog, die zich heeft verdiept in de revisie van het schaarstebegrip. Zo'n studie is die van Bálint Balla, waarin hij zich er terecht over verbaast dat de (economische) sociologie – in weerwil van geregelde bekenenissen over haar geestverwantschap met de economie – het begrip schaarste veelal uit de weg gaat 14). Balla betoogt dat economische schaarste een *reductie* is van meer fundamentele vormen van tekort, gemis e.d. Zo noemt hij de antropologische ontoereikendheid die bij voorbeeld te maken heeft met de instinctarmoede en de langdurige afhankelijkheid (socialisatieperiode!) van de menselijke soort. Daarnaast wijst hij op tekorten waaraan sociale bindingen en betrekkingen mank gaan (eenzaamheid, contactstoornissen, interactieproblemen). Voorts is er de existentiële schaarste, zoals dat blijkt uit verkrapping van de levensperiode vanwege ziekte, ouderdom e.d. En ten slotte is er de tijdschaarste en het (wetenschappelijke) kenmerkendste. Interessant is vooral het gedeelte dat handelt over de „Knappeitsbekämpfung” in termen van presteren (arbeid bij voorbeeld), ruilen en compenseren (bij voorbeeld vlucht in de „science fiction” –

en „happy end”-lektuur). Interessant, omdat daar auteurs aan de orde komen die hebben getracht om het economische schaarstebegrip te sociologiseren (Pareto, Weber, Homans, Blau enz.). Over het geheel genomen, schuilt de kracht van Balla's studie hierin dat hij sociologen gevoelig maakt voor schaarstedenken. De zwakte is echter dat zijn conceptualisering in het vaag blijft, althans geen concrete revisie oplevert van het schaarsteconcept. Maar misschien is dat te veel gevraagd.

De goederentheorie van Brock en Fromkin

Een opmerkelijke poging om het schaarstebegrip te herzien, is ondernomen door de psycholoog Timothy Brock. Hij is – samen met Howard Fromkin – de geestelijke vader van de zogenoemde goederentheorie, die een psychologische conceptualisering beoogt van economische variabelen als vraag, aanbod en nut. Eerste uitgangspunt is daarbij dat mensen nooit perfect geïnformeerd zijn over wat anderen zoal bezighoudt: „It is manifestly impossible to be communicating everything one knows to all potential recipients all of the time; similarly, of course, it is impossible to be seeking information on all topics from all sources at all times. That there are constraints enforcing selectivity is too obvious to require any documentation here. But what are the psychological consequences and antecedents of selectivity?” 15). Welnu, naar de selectieve ontvangst van informatie is inmiddels heel wat onderzoek gedaan, maar de andere kant van de medaille – de selectieve verspreiding van informatie – is veel minder bekend. Wat zijn bij voorbeeld de determinanten en consequenties van het achterhouden respectievelijk achterhalen van informatie? Men denke bij voorbeeld aan misleidende prijsvergelijking, dat wil zeggen het vergelijken van een door de consument te betalen prijs met een hogere „advies”-prijs, waarbij ten onrechte een prijsvoordeel wordt gesuggereerd.

Het tweede uitgangspunt dat heeft geleid tot de goederentheorie houdt verband met

9) Bij voorbeeld E. Bomhoff, De last van de collectieve sector, in: W.S.P. Fortuyn (red.), *De Nederlandse verzorgingsstaat*, Deventer, 1983, blz. 85-86.

10) B. Goudzwaard, *Ongeprijsde schaarste*, Den Haag, 1970.

11) R. Hueting, *Nieuwe schaarste en economische groei*, Amsterdam/Brussel, 1974.

12) Fred Hirsch, *Social limits to growth*, London/Henley, 1978, met name hoofdstuk 1.

13) Peter Ekeh, *Social exchange theory*, London, 1974, blz. 46-47.

14) Bálint Balla, *Soziologie der Knappheit*, Stuttgart, 1978, blz. 6-7. Idem, Scarcity of resources and social action, *Social Science Information*, jg. 21, 1982, blz. 902.

15) Timothy C. Brock, Implications of commodity theory for value change, in: Anthony G. Greenwald en Timothy C. Brock (red.), *Psychological foundations of attitudes*, New York, 1968, blz. 244.

onvolkomenheden in de gangbare consumptietheorieën. Informatie over de beschikbaarheid of populariteit van consumptiegoederen kan immers een belangrijke rol spelen bij de produktwaardering. De suggestie dat een artikel slechts beperkt voorradig, moeilijk leverbaar of tijdelijk goedkoper is, vormt een belangrijke situationele determinant van produktpreferentie en smaakvorming. Informatie over beschikbaarheid, populariteit, prijs, kwaliteit en leverbaarheid is dus de „commodity” in de theorie van Brock en Fromkin. „Commodity” wordt gedefinieerd als al datgene waaraan de bezitter nu ontleent en dat overdraagbaar is (berichten, ervaringen en andere vormen van informatie). En onder „commodification” wordt verstaan een samenstel van variërende omstandigheden, dat de gepercipieerde beschikbaarheid of populariteit van goederen beïnvloedt. Kern van de goederentheorie is dus dat een goed – in dit geval informatie – des te meer wordt gewaardeerd naarmate het minder beschikbaar of toegankelijk is. Als zodanig beperkt de theorie zich niet tot informatie over consumptiegoederen, maar is zij evengoed toepasbaar op informatieschaarste met betrekking tot militaire objecten, populaire persoonlijkheden of politieke circuits. En zoals bekend, zijn er heel wat lui die dank zij die informatiekorten hun brood kunnen verdienen (inlichtingendiensten, roddelpers, parlementaire journalistiek enz.).

Op basis van het voorgaande – een ruwe samenvatting van de theorie – is een reeks hypothesen geformuleerd, waarvan er enkele bevestiging vonden in experimentele onderzoeken. Zo is een berichtgever invloedrijker wanneer hij voortdurend informatie achterhoudt dan wanneer hij dat maar af en toe doet. Verborgene informatie, die de ontvanger met veel moeite heeft achterhaald, wordt waardevoller geacht. En informatie sorteert meer effect naarmate de berichtgever restricties („geheim”, „vertrouwelijk”, „persoonlijk”) legt op de verspreiding.

Beperken we ons nu tot de vraag hoe verre die hypothesen rond informatie-restricties inzicht geven in de mechanismen die verantwoordelijk zijn voor de effecten van extrinsieke produktkenmerken op het consumentgedrag? Verhallen, die ten onzent de hypothesen van Brock en Fromkin heeft getoetst, komt tot de conclusie dat de theorie slechts geldig is voor die consumenten, die zich voelen aangetrokken door het betreffende consumptiegoed 16). Daarbinnen leveren de onderzoekbevindingen over produktwaardering – met gemanipuleerde informatie over beschikbaarheid, populariteit, leveringstijd e.d. – vooralsnog geen eenduidige resultaten op. Onduidelijk blijft daarom welke gedragsmechanismen nu verklarende waarde hebben voor het effect van gepercipieerde beschikbaarheid op de produktwaardering. Fromkin toont overvloedig aan dat waardevermeerdering van een goed bij beperkt gesuggereerde beschikbaarheid is toe te schrijven aan de behoefte van mensen om zich van anderen te onderscheiden 17). Anders gezegd, de overtuiging dat een be-

paald artikel iemand een aparte identiteit verschaft in zijn sociale omgeving, versterkt de produktpreferentie. Bij de aanbieding kan daarop worden ingehaakt of geanticipeerd door de suggestie te wekken dat het begeerde goed slechts beperkt voorradig is of bij voorkeur bestemd is voor een selecte groepering.

Voor wie de alledaagse logica van reclame en mode doorziet, klinkt dit natuurlijk banaal. Maar het is een andere kwestie om haarfijn te verklaren hoe dat alles nu eigenlijk in zijn werk gaat. Brock meent immers dat „commodification” samenhangt met informatiefactoren, terwijl Fromkin eerder aanknoopt bij groepsdynamische factoren. Daartoe grijpt laatstgenoemde terug op de micro-sociologische ruiltheorie, die onder meer behelst dat individuen zich bij voorkeur conformeren aan groepsstandaarden omdat zij daarvoor worden beloond. Die collectieve goedkeuring komt individuen echter op kosten te staan, voor zover alternatieve, afwijkende gedragsvormen – ingegeven door de behoefte aan onafhankelijkheid, originaliteit, individualiteit, uniekheid e.d. – worden opgegeven. Nu blijkt uit psychologische onderzoeken dat naarmate individuen het idee hebben sterk te gelijken op hun groepsleden, hun behoeften tot conformistisch dan wel apart gedrag met elkaar gaan concurreren. Dit betekent dus dat de micro-sociologische ruiltheorie – zoals geformuleerd door met name Homans en Blau – de kosten en baten van opgegeven gedragsalternatieven heeft gebagatelliseerd. Met name in subculturen is te zien dat allerlei attributen ertoe dienen om de „differentness”, „otherness”, „uniqueness” te beklemtonen. Maar ook in ruimere zin vertonen mensen een onmiskenbare hang naar attributen die hun identiteit, eigenwaarde zo niet eigenwaan moeten schragen – van jargon, kleding en naamgeving tot en met ervaringen, ontmoetingen en overtuigingen – . Kortom, individuen waarderen allerlei zaken niet zelden vanwege hun gepercipieerde schaarste, zaken waaraan zij identiteit en status ontleen. En dat kan volstrekt los staan van feitelijke vraag- en aanbodverhoudingen en prijsverschillen. Zulke schaarste houdt zich zelf in stand zolang de informatiekosten over de werkelijk-

ke stand van zaken prohibitief zijn. Zo kan – om met een extreem voorbeeld af te sluiten – iemand zich erop beroemen dat hij onlangs nog heeft geschaakt met Bobby Fischer 18). Weinig mensen zullen het echter in hun hoofd halen om de juistheid van de verstrekte informatie en daarmee de gesuggereerde status te toetsen. Inderdaad een extreem voorbeeld, maar hoe vaak kunnen wij elkaar niet onze eigen, kleine waan?

Slot

Zoals in de inleiding opgemerkt, ontbreekt het de economische sociologie aan een centrale vraagstelling en een daarbij behorend begrippenapparaat. Het feit dat veel sociologen „mijdingsgedrag” vertonen ten aanzien van het schaarstebegrip, is ronduit een gemiste kans. Maar daarmee moeten we de zaak niet somberder voorstellen dan ze is. Er zijn vanuit de economische, sociologische en psychologische discipline wel degelijk vruchtbare aanzetten te vinden voor een hoognodige revisie van het traditionele, puur financieel gedefinieerde concept schaarste. Dat zo'n onderneming moeizaam verloopt, is debet aan het wetenschapsbedrijf. Nog al te vaak laten wetenschappers zich opsluiten in hun eigen discipline en hanteren zij dientengevolge een beeld van andermans discipline dat rijkelijk verjaard is. Tot op zekere hoogte is zo iets onvermijdelijk, maar de weg van de minste weerstand wens ik niet uit te sluiten.

H.J. van de Braak

16) Theo M.M. Verhallen, Scarcity and consumer behavior, *Journal of Economic Psychology*, jg. 2, 1982, blz. 299-322.

17) Howard L. Fromkin, *The search for uniqueness and valuation of scarcity: neglected dimensions of value in exchange theory*, Paper, 1976, herdrukt in: K.J. Gergen, M.J. Greenberg en R.H. Willis (red.), *Social exchange: advances in theory and research*, New York, 1980.

18) Het *NRC Handelsblad* van 5 januari 1984 meldt dat de Amerikaanse oud-wereldkampioen schaken zijn leven als kluisenaar slijt in goedkope hotelletjes, omringd door schaakboeken, sinaasappels en vitaminerijke dranken. Over „uniqueness” gesproken!