

De doofstomme economie

Een mensaap schijnt ooit vier woorden te hebben gesproken, en er zijn er die een aardig woordje gebarentaal hebben geleerd, maar in de praktijk is spraak toch het exclusieve domein van de mens. Adam Smith was zich bewust van het belang van deze menselijk eigenschap. Hij schreef de voor de economie fundamentele 'propensity to truck and barter', de geneigdheid tot ruilen, toe aan de de menselijke rede en de spraak. Toch is de economie doofstom. In economische modellen wordt gehandeld, geconsumeerd en belegd – maar zonder geluid.

Donald McCloskey en Arjo Klamer betogen in de onlangs verschenen Papers and Proceedings van de AEA-meting eerder dit jaar, dat een kwart van het nationaal inkomen bestaat uit overtuigen, een handeling die nauw verbonden is met ons vermogen te spreken¹. De redenering achter deze berekening wordt samengevat in Oakeshott's formule: Kennis is Informatie plus Beoordeling uit Overtuiging. Actoren in de economie hebben kennis nodig om te (kunnen) handelen. McCloskey en Klamer betogen dat informatie alleen onvoldoende kennis genereert.

Het feit bij voorbeeld, de pure informatie, dat het bedrijfsresultaat van een onderneming is gestegen of gedaald, geeft de beurshandelaar onvoldoende kennis om te bepalen tegen welke koers hij wil handelen. De informatie dient gewogen te worden, beoordeeld. Het oordeel kan niet worden afgeleid uit een mechanische gedragsregel, het wordt bepaald door het gesprek dat over de informatie plaatsvindt. De beurshandelaar ontvangt het persbericht waarin de directie hem probeert te overtuigen van haar eigen visie. De handelaar leest de kranten, de nieuwsanalyses. Hij praat met analisten. Dan oordeelt hij. En handelt vervolgens. "The economy then is a field of persuasion and judgement, speakers and audiences," vinden de auteurs.

Een kwart van het (Amerikaanse) nationaal product bestaat uit 'sweet talk', pogingen van economische actoren om anderen te overtuigen. McCloskey en Klamer delen beroepsgroepen in een aantal categorieën in, van de enkele beroepssofenaren waarvan gezegd kan worden dat zij honderd procent van hun tijd doorbrengen met overtuigen (PR-functionarissen), via het veel grotere 75-procentscohort (onder anderen journalisten, managers en leraren), het vijftig-procentscohort (politie) tot het 25-procentscohort (natuurwetenschappers). Wordt het aantal mensen dat de verschillende beroepen uitoefent vermenigvuldigd met hun sweet talk-coëfficiënt, dan werd in 1991 een kwart van de mensjaren in de Amerikaanse economie besteed aan overtuigen. In 1983 was dat nog 23 procent. Een alternatieve berekening, via de nationale rekeningen, komt grofweg op een zelfde percentage.

Dit artikel markeert de tweede fase in de ontwikkeling van de retorica in de economie. De eerste fase begon in 1983, met McCloskey's inmiddels beroemd geworden artikel *The rhetoric of economics*².

Destijds waren economische wetenschap en economie het object van onderzoek. De vraag: hoe komen economen aan hun kennis en waarom verandert die, werd beantwoord onder verwijzing naar het gesprek dat economen met elkaar voeren. Wij proberen elkaar te overtuigen, en daarbij maken we gebruik van elegante modellen, redeneringen, cijfers, mooischrijverij en stijltruukjes (zoals het gebruik van het woord wij in deze zin).

In deze eerste fase ging het om de betekenis van retorica voor de economen zelf. Nu is de stap gemaakt naar de betekenis van retorica voor economische subjecten, en daarmee voor de economie. Kortgeleden kondigde McCloskey plechtig aan de rest van zijn carrière te zullen besteden aan de invloed van spraak op de economie³.

Wordt dat wat?

De cruciale vraag is, of er voor de interpretatie van de economie als verzameling gesprekken een methode gevonden kan worden. Welke technieken gebruiken we? En, fundamenteeler: welke vragen moeten we eigenlijk stellen? McCloskey en Klamer geven het voorbeeld van de beurs. Een beurshandelaar ontleent nut aan gesprekken omdat zij hem helpen bij de beoordeling van informatie, en daarmee bij zijn handelen. Anders, zeggen de auteurs, zou er op de beurs veel minder gesproken worden.

Maar welke invloed heeft het gekwetter op de beursvloer op de koers van aandelen? De typische economistenreactie is, dat als handelaren tot de verkeerde overtuiging komen, korte-termijnafwijkingen van de evenwichtskoers het gevolg zijn. Op lange termijn winnen de 'fundamentals'. Of reikt de invloed van de retorica verder, en is overtuiging ook van belang voor de beoordeling van de fundamentals, als de onmisbare link tussen informatie en het handelen dat hieruit volgt?

Voor McCloskey en Klamer is de grote betekenis van de retorica voor de economie een aanwijzing dat de traditionele 'doofstomme' economie-beoefening economische verschijnselen niet afdoende verklaart. Zij willen naast de huidige economie-beoefening een complementaire 'interpretive economics' ontwikkelen, een economie die geheel verbaal is, die een verhaal vertelt dat gelezen en beluisterd kan worden. Het gereedschap, de methodologie, zou geleend kunnen worden van letterkundigen en antropologen. Als McCloskey en Klamer hiermee een speltheorie ontwikkelen, zal deze meer het karakter hebben van Huijzinga's *Homo Ludens*, dan van het werk diens tijdgenoten Morgenstern en Von Neumann. Laten ze dat eens proberen.

Frank Kalshoven*

1. D. McCloskey en A. Klamer, *One quarter of GDP is persuasion*, *American Economic Review*, jg. 85, nr. 2, mei 1995, blz. 191-195.
2. in: *Journal of Economic Literature*, jg. 21, nr. 2, juni 1983, blz. 481-517.

3. F. Kalshoven, *De creatieve teleurstelling van de econoom Donald McCloskey*, Elsevier, 24 juni 1995, blz. 84-86.

* De auteur is redacteur economie van Elsevier en verbonden aan de vakgroep macro-economie van de Universiteit van Amsterdam.