

De onzichtbare hand¹

Hans Weigand

Most ignorant of what he's most assur'd—
His glassy essence

Measure For Measure Act 2, scene 2, 119–120

Johan Graafland heeft in Tilburg een interessante bijdrage geleverd aan het onderwerp “deugden in de economie”. De breedte ervan is geschikt voor een Girardlezing, want zowel theologie als empirische moderne economie komen aan bod. Sprekend over de rol van *sympathy* (empathie) in de vorming van deugden bij Adam Smith, verwijst Graafland rechtstreeks naar Girard. Ik ben blij voor de geboden gelegenheid hier iets toe te voegen vanuit het Girardiaanse denken.

De lezing van Graafland valt uiteen in twee delen. In het eerste deel onderzoekt hij de vraag of er bij Smith sprake is van een waardevrije economie. Dat deugden voor Smith belangrijk zijn, zeker in *Theory of sentiments*, en dat deze zich afzet tegen de schandalige *Fabel der bijen* van Mandeville is niet nieuw. Graafland laat zien dat deugden ook in de *Wealth of nations* een belangrijke rol spelen. Niet alleen positieve deugden, maar ook (als plan B weliswaar) de ondeugden, en daarin lijkt hij volgens Graafland toch weer dicht in de buurt van Mandeville te komen. Smith kan deze tegenstrijdigheid oplossen door een theologie waarin zowel het goede als het kwade door God worden gebruikt om zijn doel, het geluk der mensen, te bereiken. Het tweede deel van de lezing geeft empirische onderbouwing voor de stelling dat in een vrije markt deugden een positieve mediërende invloed hebben op welvaart.

Eerst een paar kanttekeningen. Het lijkt niet helemaal consistent om in het eerste deel Smith te laten pleiten voor zowel deugden als ondeugden (het draagt uiteindelijk toch allemaal bij aan

¹ Met dank aan Berry Vorstenbosch en Thérèse Onderdenwijngaard. Dit artikel is gepubliceerd in RADIX 45(1), 2019, pp.44-47

Gods plan), en in het tweede deel alleen de rol van deugden te onderzoeken. Wat het eerste deel betreft, de Stoïcijnse theologie waar Smith dankbaar gebruik van maakt om zijn ‘probleem’ op te lossen, is natuurlijk niet echt een oplossing. Mandeville zou kunnen repliceren dat de deugden dus niet nodig zijn; met ondeugden komt het ook goed, misschien wel beter. Een economische motivatie voor deugden vanuit Smith wordt zo wel zwak. Een tweede punt betreft het meten van deugden met variabelen als vertrouwen. Deze variabelen hangen toch niet alleen af van individuele motivaties, maar ook van cultuur en instituties. Interessant is dat het onderzoeksmodel goed in Girardiaanse termen kan worden uitgelegd: de “vrije markt” als een samenleving met (meer) ruimte voor competitie en “deugden” als (onderdeel van) de menselijke cultuur die de competitie in goede banen tracht te leiden teneinde de samenleving te laten overleven.

Girardiaanse betogen over economie, zoals (Achterhuis, 1988), beginnen typisch met het plaatsen van Smith in een historische context. De vrije handel waarvoor hij pleit, betekende een afscheid van de premoderne economie, die niet alleen handel probeerde te beperken, maar ook de begeerten. Begeer niet, of begeer niet wat van je naaste is, waren centrale geboden, en veel deugden, zoals matigheid en weldadigheid, hingen daarmee samen. Vanwege, volgens de uitleg van Girard, het gevaar dat begeerten leiden tot strijd en geweld, met name in traditionele culturen die geschraagd worden door verwantschaps- en gemeenschapsbanden. Pas wanneer in de geschiedenis deze banden aan kracht gaan inboeten, dat wil zeggen dat mensen meer los komen te staan van anderen, ontstaat er ruimte om de begeerten te laten vieren zonder het gevaar van een Hobbesiaanse oorlog van allen tegen allen. Smith is er zich overigens wel degelijk van bewust dat in de nieuwe tijd een uitgebreid justitie- en politieapparaat noodzakelijk zou zijn om de rijken te beschermen tegen de afgunst van de armen.

Girard is bekend vanwege de “driehoeksbegeerte”, of meer algemeen, de mimese. Belangrijk is om te zien dat het hier gaat om een ander vertrekpunt dan standaard is in de sociale wetenschappen. Deze beginnen stevast bij een subject/object verhouding. Iemand begeert een product, wat te maken heeft met preferenties van het subject en eigenschappen van het object. In tweede instantie wordt meestal erkend dat sociale beïnvloeding een grote rol speelt. Dan komt Mandeville met ijdelheid en naijver, Smith met *sympathy* en een “impartial spectator”, Hume met “minds that mirror each other”, Veblen met “conspicuous consumption”, enz. Girard kan aan

deze lange rij worden toegevoegd. Zijn opzet is echter fundamenteeler: begin niet met een subject-object lijn, maar met een driehoek subject-model-object. Een model/bemiddelaar is altijd aanwezig. Dichter bij of verder af, reëel of imaginair. Dat betekent niet dat al de net genoemde vormen van mimese hetzelfde zijn – dat zijn ze niet – maar ze kunnen wel allemaal binnen deze driehoek begrepen worden en hoeven niet meer als extra constructen te worden toegevoegd. Het gaat er niet om economie terug te brengen tot psychologie, wat soms de gedragseconomen wordt verweten, maar te zien hoe het driehoeksperspectief een waardevol uitgangspunt kan zijn ook in de economische wetenschap.

Neem als voorbeeld wat Smith zegt over *sympathy* en afgunst. Hij vindt het belangrijk dat rijken hun rijkdom uitstallen zodat minderbedeelde toeschouwers deze kunnen zien. *Sympathy* maakt dat beide daarvan genieten. Maar, voegt hij er aan toe, dat werkt helaas niet als er bij de toeschouwer afgunst is. Gaan we uit van de driehoek, dan zal het tonen van rijkdom effect hebben. Als het model op afstand staat – bijvoorbeeld gescheiden door een klassenverschil – kan er inderdaad bewondering ontstaan. Maar in een wereld waarin de verschillen steeds meer verdwijnen, is de bemiddelaar sneller een dichtbij staande rivaal, en wordt een ongelijke verdeling beschouwd als “onrechtvaardig”. Het effect is dan afgunst en ressentiment, wat we vandaag de dag maar al te goed kennen en economisch relevanter is dan het misschien lijkt (in een recent Trouwartikel van 1-2-2019 over de Brexiteers werd door een inwoner van Birmingham gesteld: “ze zijn niet racistisch, maar wel jaloers”). Tussen bewondering en afgunst, tussen eerzucht en ijdelheid bestaat een dunne lijn. Smith was zich hier wel van bewust – hij spreekt over “a certain remote affinity” (Smith 1759: VII.ii.4) – maar probeerde toch deugden en ondeugden zover mogelijk uit elkaar te houden. Daardoor kan hij ze niet in één model samennemen.

Een ander voorbeeld is het veelbesproken begrip ‘eigenbelang’, zoals dat van de bakker en de slager in het bekende citaat uit *Wealth of Nations*. Het eigenbelang van Smith vooronderstelt (minstens) drie driehoeken. Allereerst is er de driehoek van de competitie tussen de bakker en zijn concurrent om de gunst van de consument: eigenbelang is de gevoelde noodzaak te overleven op de vrije markt. Ten tweede is er de driehoek van de bakker en zijn klant waarin sprake is van wederzijdse verleiding (Smith spreekt van “persuasion”). “We address ourselves, not to their humanity but to their self-love...” (Smith 1776: I.ii.2). Het eigenbelang is de begeerte

die de klant/bemiddelaar probeert op te wekken en die de bakker volgens Smith anders niet zou kennen. Vervolgens is deze begeerte niet zozeer een materiële begeerte, maar een begeerte naar het respect van de sociale omgeving – een begeerte om model te zijn. Ziedaar de derde driehoek.

Om misverstanden te voorkomen wil ik benadrukken dat een driehoeksrelatie niet alleen en ook niet primair negatief is. Afgunst en ijdelheid zijn alom aanwezig, maar zijn niet alles. Er is niet alleen rivaliteit en verleiding. De bakker kan bijvoorbeeld ook genieten van een tevreden klant. Dit genieten veronderstelt een empathische verhouding die bij uitstek menselijk is, en die bij Smith valt onder *sympathy*. Hier ligt een direct verband met het positieve van arbeidsdeling en samenwerking. Govert Buijs pleitte enkele jaren geleden voor een andere (normatieve) definitie van economie waarin het draait om co-creatie en het doel is “dat mensen van elkaars talenten kunnen genieten” (Buijs 2013:68). Voor een descriptieve definitie zou moeten worden verdisconteerd dat in de hier vooronderstelde driehoek ook het zaad van de door hem besproken ontsporingen besloten ligt.

Het laten vieren van de begeerten heeft wat teweeggebracht. “Begeerte heeft ons aangeraakt”, zingt het socialistische strijdlied de Internationale (hoe Girardiaans!). De moderne wereld steunt op nieuwe krachten, de krachten van deze begeerten, en we beleven een ongekende welvaart. Smith was zich er goed van bewust dat als de mens alleen zijn directe levensbehoeften zou hoeven te vervullen, er nooit veel economie van de grond zou komen, want daar is snel in voorzien. Daarom moet er volgens hem een begeerte zijn om bewonderd te worden. Maar de welvaart heeft ook een prijs. Om de opgestuwde begeerten te blijven vervullen zonder oorlog moeten steeds grotere volumes van producten worden gemaakt (voor iedereen), in steeds meer variatie (we willen ons ook onderscheiden) en velociteit (het bezit is al snel het einde van het vermaak).

De mens is zich doorgaans niet bewust van zijn *glassy essence*. Het is gemakkelijker te zien dat anderen worden beïnvloed dan wijzelf. André Lascaris (1986:88) schreef in verband met Smith ironisch van een onzichtbare hand: namelijk de aanwijzende hand van het model. Het werk van Girard kan helpen deze onzichtbare hand weer zichtbaar te maken.

Dr. H. (Hans) Weigand is universitair hoofddocent informatiesystemen aan *Tilburg University* en voorzitter van de Girard studiekering. E h.weigand@uvt.nl

Literatuur

Achterhuis, H. (1988). *Het rijk van de schaarste*. Baarn: Ambo.

Buijs, G. (2013). Het wonderlijke, onbegrepen mysterie van de markt: over coöperatie als kern van de economie. *Christen Democratische Verkenningen*, Winter 2013, 64-76.

Lascaris, A. (1986). *Uitzicht voor een Oude Wereld. West-Europa op een keerpunt*. Kampen: Kok Agora.

Smith, A. (1759). *The Theory of Moral Sentiments*. Edited by D.D. Raphael and A.L. Macfie. Indianapolis: Liberty Fund, Inc.

Smith, A. (1776). *Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Edited by R.H. Campbell and A.S. Skinner. Indianapolis: Liberty Fund, Inc.