

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, www.reprorecht.nl) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.

info@boomamsterdam.nl
www.boomuitgeversamsterdam.nl

Civiele economie: markt als ontmoeting, bedrijf als gemeenschap

De vernieuwende kracht van de kapitalistische markt-economie is uitgewerkt. Hoog tijd om het bijna vergeten concept van 'civiele economie' weer tevoorschijn te halen. Dat erkent de intrinsiek menselijke waarde van economische relaties. De markt is niet alleen een voertuig voor vrijblijvend wederzijds voordeel, maar ook voor wederzijdse hulp, public happiness, beschaving, burgerlijke deugden en socialiteit.

door *Luigino Bruni*

De auteur is hoogleraar micro-economie en geschiedenis van het economisch denken aan de universiteit LUMSA in Rome en coördinator van het project 'Economie van gemeenschap', dat honderden bedrijven motiveert om plaatsen van vernieuwing en gemeenschap te worden en een deel van hun winst te bestemmen voor de noden van de armen. Binnenkort verschijnt zijn, samen met Alessandra Smerilli geschreven, boek *De ongekende kant van de economie. Gratuïteit en markt* (Nieuwkuijk: Nieuwe Stad).

DE KAPITALISTISCHE VISIE VAN DE MARKTECONOMIE mag dan opmerkelijke economische, technologische en maatschappelijke resultaten hebben voortgebracht, ze loopt inmiddels op haar eind: haar innovatieve en beschavende kracht raakt uitgeput.¹ Hoewel de economie begon als een wetenschap over het welzijn en geluk van burgers in hun samenleven, heeft ze deze dimensie geleidelijk volledig verloren. Economie werd de wetenschap van wat meetbaar is in geld. Burgers zijn individuen zonder gemeenschap geworden.

Deze reductionistische visie van economie gaat uit van een cynisch mensbeeld dat van een schrale antropologische visie op menselijke relaties getuigt. De economische wetenschap heeft er helaas voor gekozen de meest

basale en pessimistische drijfveren van de mens als uitgangspunt te nemen en is daarom geneigd ieder individu te beschouwen als een gewiekste opportunist die zich alleen inzet en correct gedraagt wanneer hij de juiste *incentives* (prikkel) krijgt of geconfronteerd wordt met controles en sancties.

Wat zou er gebeuren als de economische wetenschap de processen van het economische verkeer zou interpreteren vanuit een ander, positiever en meer optimistisch mensbeeld? Dat is wat in de achttiende eeuw gedaan werd door de Napolitaanse school, waar met name filosoof-econoom Antonio Genovesi (1713-1769), generatiegenoot van Adam Smith, zich bezighield met deze vraag. Hij zag de mens vooral als een sociaal wezen dat in de ontmoeting met de ander zichzelf realiseert. Het is tijd voor een rehabilitatie van dit meer optimistische spoor: dat van de zogenoemde ‘civiele economie’, waarin de intrinsiek menselijke waarde van economische relaties wordt erkend. De markt is niet alleen een voertuig voor vrijblijvend wederzijds voordeel, maar ook voor wederzijdse hulp, *public happiness*, beschaving, burgerlijke deugden en socialiteit. In de geschiedenis van de economie heeft de denkrichting van de ‘civiele economie’ het afgelegd tegen de Britse traditie van de ‘uncivil’ politieke economie, waarmee de homo economicus tot tweehonderd jaar eenzaamheid werd veroordeeld.

CIVIELE ECONOMIE

‘Civiel’ heeft de betekenis van beschaafd, maar ook – in het verlengde daarvan – van niet individualistisch en sociaal: de mens is zoals Aristoteles zei een ‘politiek’ of ‘sociaal’ wezen: een ‘civiel’ wezen.² Economie is voor Genovesi op de eerste plaats ontmoeting, zoals alle andere domeinen van intermenselijk verkeer ontmoeting, relatie, verbondenheid zijn. Dat schept de mogelijkheid van innovatie en kansen op ontplooiing van levensmogelijkheden.

Onmiskkenbaar was het mede de markteconomie die een vrije samenleving mogelijk maakte, namelijk door de ongelijkheid te doorbreken die de armen in de greep hield van de gunsten van de feodale heren. Maar onder de druk van haar eigen succes is ze nu doorgeslagen naar een ongebreidelde vrijheid zonder verbondenheid. En daarmee ontnemt ze mens en samenleving de kans op bloei. De eenzijdige benadering van de markteconomie, zoals die van het Angelsaksische model, beschrijft economische transacties enkel als de som van de persoonlijke belangen van individuen. Die blijven ‘immuun’ voor elkaar; zij werken samen zonder elkaar werkelijk te ontmoeten, zonder elkaar ‘aan te raken’.

Hoe groot is hier het verschil met de gang van zaken *binnen* bedrijven. Een bedrijf is voor zijn succes juist aangewezen op een hechte samenwer-

king waarbij men niet om de ander heen kan. De aankooptransactie van een vliegticket kan gezien worden als het op ‘immune’ wijze samenbrengen van twee gescheiden belangen: voor de een vervoer, voor de ander winst. Maar op de betreffende vlucht dient er tussen de bemanningsleden wél een intensieve samenwerking te zijn; van ‘veilige’ immuniteit kan hier geen sprake zijn. Het verbaast dan ook niet dat er nauwelijks economen zijn die een *markttheorie* funderen op een deugdethiek, terwijl er op het terrein van de *managementtheorie* tal van vormen zijn van ondernemingsethiek, gebaseerd op de deugdethiek van Aristoteles en Thomas van Aquino.

Maar de Angelsaksische, neutrale vorm van economische interactie hoeft niet de enige mogelijkheid van markteconomie te zijn. De continentaal-Europese versie van economische samenwerking was, zeker in de Latijnse wereld, duidelijk anders, omdat de culturele en religieuze bedding daarvan niet individualistisch was maar communautair. Een bewijs hiervan vormen (of vormden althans) de vele Italiaanse familiebedrijven, coöperaties en typische *distretti industriali*,³ die een belangrijke pijler van de Italiaanse economie vormen. Hier was het onderscheid tussen samenwerking *ad intra* (binnen de onderneming) en samenwerking *ad extra* (in de markten) niet zo pregnant, in ieder geval tot voor kort. In Latijnse landen gold de traditie van de ‘civiele economie’, die heel het economische en maatschappelijke gebeuren zag als een zaak van werkelijke samenwerking en reciprociteit.

Er is nog een andere opvallende paradox: het vreedzaam naast elkaar bestaan van een radicale afwijzing van bazen en controles in de politieke sfeer en de even radicale aanvaarding van bazen en controles in ondernemingen en organisaties. Er zijn oorlogen gevoerd en politieke opstanden gepleegd tegen tirannen en dictators, maar zodra we de openbare ruimte verlaten en de poort binnenlopen van onze onderneming of ons kantoor, hangen we onze democratisch gezinde burgerjas aan de kapstok en trekken we gedwee de kleding aan van de zich gedragende en gecontroleerde ondergeschikte.

Deze paradox hangt samen met wat het belangrijkste instrument aan het worden is van de kapitalistische cultus: de op geld waardeerbare incentive. We kunnen spreken van een regelrechte ideologie van de incentive die ons leven beheerst

Het overmatige gebruik van financiële prikkels reduceert de pluriforme natuur van de persoon

en een levenssfeer van menselijke relaties creëert waarin niets meer intrinsieke waarde heeft en niets belangrijker is dan de kosten-batenafweging. Het overmatige gebruik van financiële prikkels reduceert de pluriforme

natuur van de persoon. De vele menselijke motivaties zijn niet terug te brengen tot één enkele maatstaf en al helemaal niet tot enkel een geldelijke. Onvermijdelijk gaat dat ten koste van levensdiversiteit, creativiteit, gratuititeit, overvloed en vrijheid en loopt het uit op een verarming van organisaties, samenleving en personen, die een oneindige waarde hebben, ook omdat zij in de dingen en in zichzelf een waaier van waarden aantreffen.

Bovendien berust de afstemming die door de incentive wordt geproduceerd niet op wederkerigheid, maar op macht: het is degene die macht heeft die de incentive aanbiedt. De functie ervan is controle, niet vrijheid. De theorie van de incentive baseert zich op de hobbesiaanse hypothese dat menselijke wezens in aanleg opportunistisch zijn en dat hun doelstellingen via prikkels afgestemd moeten worden op die van de eigenaars en patroons.

Zo hoeft het niet te zijn. We vergissen ons als we denken dat in het bedrijf andere waarden niet zouden meetellen omdat ze te verheven zouden zijn voor de vulgaire wereld van de economie. Als dat zo was, zou het omvangrijke verschijnsel van coöperaties en sociale ondernemingen niet te verklaren zijn en evenmin de activiteit van vele ondernemers en werknemers in Europa die zich, als erfgenamen van een andere economische, geestelijke en maatschappelijke cultuur, instinctief verzetten tegen de logica van de incentives en die nog steeds consultants, banken en instituten weerstaan die hen in de fuik van de incentives willen lokken.

VRIJKOMEN VAN EEN SCHRALE MENSVISIE

Als we één ding van de huidige crisis kunnen leren is het wel dat economie en maatschappij, eenmaal gegrondvest op een *samenwerking-zonder-aanraking*, monstrueuze gestalten kunnen aannemen. Het *ethos* van het Westen is eeuwenlang een vlechtwerk geweest van individuen die vluchten voor de banden van de gemeenschap en op zoek zijn naar vrijheid, en van personen die zich in vrijheid met elkaar verbinden om goed te kunnen leven. Nu de slinger van de globale markt te veel is uitgeslagen naar de kant van individuen zonder verband, komt Europa de missie toe om de intrinsieke maatschappelijke en civiele natuur van de economie in herinnering te brengen, te koesteren en te beleven.

Hoe kunnen we het evenwicht hervinden? Het begint met de erkenning van het gelijktijdig naast elkaar bestaan van twee dimensies die voor al het economisch handelen beide even onmisbaar zijn ('co-essentieel' om zo te zeggen): zowel de instrumentele dimensie van het marktmechanisme als de dimensie van de intrinsieke motivaties. Het leven zelf laat zien dat

mensen die 's morgens opstaan om te gaan werken, ondernemen, handelen en ruilen, dat mede doen uit passie of idealisme en niet alleen om er economisch beter van te worden, hetgeen overigens niet een minder nobele doelstelling hoeft te zijn. Op de plaatsen waar de economie zich afspeelt, handelen personen vanuit de meest uiteenlopende en nooit eenduidige motivaties. Daarbij zijn de instrumentele en op eigenbelang gerichte motivaties niet serieuzer en wetenschappelijker dan intrinsieke en prosociale motivaties. In één en dezelfde persoon zijn allerlei vormen van motivatie werkzaam. Mensen hebben immers vele kanten en een pluralistische natuur.

Voor die te vaak onopgemerkte dimensie van intrinsieke motivaties kunnen we te rade gaan bij de notie 'gratuïteit'. Gratuïteit is de innerlijke houding die ertoe aanzet om iedere persoon, ieder wezen, ook zichzelf en heel de natuur, met groot respect tegemoet te treden, niet als 'ding' om te gebruiken maar als iets om te ontvangen, lief te hebben, omdat ze waarde hebben in zich: ze zijn *goed* in zich. Het is de gratuïteit die van een klant, collega of leverancier een persoon met een naam maakt. Als een wetenschapper niet opgaat in zijn onderzoek en zich niet laat leiden door de intrinsieke waarde van de wetenschap, los van de gedachte aan een toekomstige Nobelprijs; als de kunstenaar het werk dat hij aan het scheppen is niet bemint om het werk zelf maar slechts vanwege toekomstige kopers; als de ondernemer niet méér enthousiasme opbrengt voor zijn bedrijf dan voor de winst: dan zullen er geen of nauwelijks grote ontdekkingen, ondernemingen, kunstwerken tot stand komen.

Gratuïteit verandert de wereld, iedere morgen. Het is de kracht, aanwezig in alle mensen, die ook in de economie onuitgesproken maar mas-

sief werkzaam is, als verborgen en innovatieve kracht, niet minder effectief dan die andere kracht, het marktmechanisme van vraag en aanbod. Dit is niet het mensbeeld van de mens als 'krom stuk hout' (Kant) dat *alleen* met contracten (economische en sociale, zoals het sociaal verdrag van Hobbes) recht gebogen kan worden. Gratuïteit zit

Gratuïteit verandert de wereld, iedere morgen. Het is de kracht, aanwezig in alle mensen, die ook in de economie werkzaam is als verborgen en innovatieve kracht

van nature in ons. Als dat niet zo was, zouden we gevangenzitten in narcisme en niet in staat zijn tot ware schoonheid of welke deugd dan ook.

Soms neemt gratuïteit uitzonderlijke vormen aan. Dat is wanneer we te maken hebben met personen en gemeenschappen met een 'charisma': de bijzondere gave om mooie en goede dingen tot stand te brengen tot geluk

van velen en als aanstekelijke bron van verandering en innovatie. Het zijn bijzondere, vaak vergeten vindplaatsen van gratuïteit. Vindplaatsen met een grote economische en sociale betekenis. Af en toe, maar veel vaker dan we denken, verschijnen er onder ons mensen met een speciale gave van gratuïteit. We treffen ze niet alleen aan in religieuze omgevingen, maar ook in de economie en de politiek, in de milieubeweging en op het terrein van de mensenrechten. We worden omringd door mensen met deze gaven, maar niet altijd herkennen we ze. Ze versterken de gratuïteit in de wereld en wekken haar weer op in degenen die ermee in aanraking komen. De ontmoeting met een charisma is de ontmoeting met een stem die een beroep doet op onze gratuïteit. En als die gestorven lijkt te zijn, zegt die haar: ‘Talita koem, meisje, sta op.’⁴ Het zijn de creatieve minderheden die het verschil maken als katalysatoren op weg naar een civiele samenleving en economie.

SOLIDARITEIT BINNEN EEN VRIJE MARKT

Het principe van gratuïteit verzoent de botsende visies van voor- en tegenstanders van een vrije markt: het maakt *binnen* het normale economische gebeuren solidariteitsdenken mogelijk en geeft naast efficiency, winst en berekening ook ruimte aan wederkerigheid, geschenk, schoonheid, gemeenschap en het niet-materiële, in één woord: gratuïteit. Deze laatste dimensie is even onmisbaar als de dimensie van het instrumentele. Het is hoog tijd dat ook de economische theorievorming erkent dat in de mens het vermogen aanwezig is tot het goede, tot deugdzaamheid, tot gratuïteit, tot méér dan opportunisme. Dan wordt duidelijk dat de voornaamste taak van instrumenten van economisch beleid en management moet bestaan in het activeren en versterken van het beste deel van de mensen.

Gratuïteit dient haar plaats te krijgen binnen de markteconomie en niet verbannen te worden naar de randgebieden van het sociale gebeuren. Wil de markteconomie functioneren en een duurzame en humane toekomst hebben, dan moet ze toestaan dat er in haar eigen domein – en niet slechts in het domein van gezin, overheid, buurt- of kerkgemeenschap – gedragingen ontwikkeld worden vanuit die ‘andere’ dimensie. Ze moet de *intrinsieke waarde van ontmoeting* erkennen die, net als in andere sociale interacties, ook in *economische* relaties besloten ligt. Als de economische wederkerigheid niet enkel begrepen en beleefd wordt als ‘wederzijds voordeel’, maar tevens als ‘wederzijdse hulp’ (Genovesi), wordt de economie waarlijk civiel.

Noten

- 1 Dit artikel is tot stand gekomen met dank aan Michel Bronzwaer, project-medewerker van Stichting Thomas More en promovendus theologie aan Tilburg University.
- 2 De term 'civiel' treffen we aan bij de twintigste-eeuwse humanismekenners Hans Baron en Eugenio Garin, die, anders dan Jacob Burckhardt, de eerste fase van het humanisme niet zien als het begin van het moderne individualisme, maar als *civic humanism*, waarin de stad (staat) de omgeving schept (en 'civiele deugden' vraagt) voor volledige menselijke ontplooiing.
- 3 Nijverheidsdistricten waar het midden- en kleinbedrijf zich toelegt op bepaalde producten, vervaardigd volgens eeuwenoude Italiaanse traditie. Een opvallend kenmerk van de *distretti* is de gemeenschapszin onder de bedrijven en binnen de hele regio.
- 4 De uitspraak 'Talita koem' verwijst naar de woorden die Jezus sprak ter genezing van het dochttertje van Jairo (vgl. Marcus 5: 41).