

De piramide van geluk ~ De rol van alles. Taal, cijfers en psychologie



Economie is een vrolijke wetenschap. Omdat zij de menselijke drang tot het bevredigen van geneugten kanaliseert, stimuleert en reflecteert.

De mens is van nature geneigd tot plezier maken: hij wil lekker eten, veel geld verdienen en een zo luxe mogelijk leven leiden.

Economie is uiteindelijk de menukaart van deze wensen. Zij doet niet meer en niet minder dan kijken hoe de menukaart zo goed mogelijk aan ieders wensen kan voldoen, hoe de maaltijden zo efficiënt mogelijk kunnen worden bereid en hoe zo lang mogelijk van alles genoten kan worden.

Econometrie is het vervolg daarvan: zij bedenkt de rekensommen waaraan de economie de verbeteringen kan ontleen.

Economie is een vrolijke wetenschap, omdat zij met veel menselijke aspecten rekening mag houden.

Met taal, met cijfers en met psychologie.

Taal

Taal is het middel waarmee de mens zijn wensen kenbaar kan maken. Het is dan ook niet verwonderlijk dat juist bankieren de woordenschat van de mens uitgebreid heeft.

Assit mix, credit default swaps, blue chip, EBITDA, yielded-ratio, bad banking, woorden die nu tot de dagelijksheid behoren, maar die een aantal decennia geleden niet bekend waren.

Hoe groter en diverser een economie, hoe groter de woordenschat.

Het beeld dat de buitenstaander van economen heeft - een dorre cijferaar die getrouwd is met de calculator - is dan ook achterhaald.

De Amerikaan E.F. Weekly stelt in zijn boek *The Number of Words. Economy as*

Language dat de economie niet zonder taal kan. Zijn basisformule

econoom + cijfer = taal [e + c =t]

is algemeen geaccepteerd.

Taal, stelt Weekly, is het middel tot explicatie, overtuiging en maskeren. De drie essentiële begrippen waarop bankieren gebaseerd is. En wel in deze specifieke volgorden.

Als een cliënt niet begrijpt wat bad banking is, is dat het eerste wat de bankier probeert uit te leggen. Bij aarzeling doet de bankier er een schep bovenop om de cliënt te overtuigen. Mocht de klant ook na deze poging naïef verbaasd of zelfs wantrouwend reageren, dan is maskeren het laatste middel dat rest.

Taal heeft de goede eigenschap om positief te kunnen functioneren. Als voorbeeld gebruikt Weekly het volgende: een werkgever die een personeelslid zijn ontslag wil meedelen, kan uit twee modellen kiezen:

a. Negatieve aanpak

Werkgever meldt in rechtstreekse bewoording dat de werknemer ontslagen wordt met onmiddellijke ingang

b. Positieve aanpak

Werkgever vraagt naar de laatste vakantie-ervaringen van werknemer. Bij enthousiaste reactie meldt hij dat de werknemer vanaf de volgende dag weer kan genieten van dat gevoel.

Weekly wijst hier op het extra's dat taal als communicatiemiddel heeft: bij het theoretisch mogelijk negatieve antwoord van de werknemer, biedt taal an sich herkansing.

Een volgende vakantie kan de nare herinneringen wegspoelen.

De formule van Weekly is dan ook uitgebreid tot

econoom + cijfers = taal {woorden³ > t}

Met name dit laatste aspect van taal, het maskeringsmiddel, is populair in de financiële wereld geworden. Met reden: het maakt het mechanisme van handelen soepeler. Omdat onwetendheid vaak belemmerend werkt. En handel heeft geen belang bij vertraging.

Dat het daarnaast een positief psychologisch gevolg heeft, spreekt voor zich. Bij

het stuk over psychologie komen we hierop terug.

Cijfers

Cijfers zijn helder.

Een 2 is een 2.

Pas als er letters aan te pas komen, wordt het ingewikkeld.

$$2 + 2 = 4$$

$$2 \text{ kuddes olifanten} + 2 \text{ olifanten} = \text{onbekend}$$

Zijn cijfers helder?

Of anders geformuleerd: zijn cijfers belangrijk voor een econoom, een bankier?

‘Ze lijken van staal, maar ze zijn van rubber’, schrijft de Fransman Eduard Coulant in *Nombre et Hombre*.

Coulant, bedenker van de term ‘dubbele boekhouding’, toont op overtuigende wijze aan dat een ondernemer zijn jaarcijfers op verschillende manieren kan presenteren.

Een verlies van 1 miljoen kan worden gepresenteerd als investering in een gouden toekomst.

‘De grootste tekortkoming van cijfers is dat ze niets zeggen,’ schrijft hij, ‘Cijfers presenteren zichzelf, maar niet het verhaal.’

Waarmee hij onomstotelijk aantoonde dat de paradox van economie is dat het ogenschijnlijk belangrijkste middel waar de econoom mee werkt, het cijfer, niets voorstelt.

Van de drie basisingrediënten die aan het begin van dit hoofdstuk werden gepresenteerd – taal, cijfers en psychologie – zijn cijfers de zwakke schakel.

De tijd is nog niet rijp om naar een economie zonder cijfers te transformeren.

Maar in een niet al te verre toekomst zullen we deze transformatie meemaken.

Hierop speculeert de econoom J.W. Ting in zijn boek *Money without Value*, dat we hier niet zullen bespreken als zijnde irrelevant.

Psychologie

Psychologie is de moeder van alle wetenschappen. Alles wat de mens bedenkt, doet en nalaat valt onder haar competentie. Bij het analyseren van de relatie tussen bankier en cliënt komt deze wetenschap derhalve van pas.

Want deze twee zijn nu eenmaal elkaars gevangene, hoe je het ook went of keert. Als de relatie tussen twee van de meest prominente actoren op de markt zo gespannen is, ligt het voor de hand dat er oplossingen zijn.

Rond de psycholoog-econoom G.R. Wolff II (Harvard) heeft zich een denktank ontwikkeld waarvoor innovatie en herbronning de kernwoorden zijn.

Centraal binnen de denktank staat de opvatting van Wolff dat humaniteit een remmende factor is binnen de economie. Maar in plaats van eliminatie van de storende factor aan te raden, omarmt de school deze juist als steekwoord voor het noodzakelijke veranderingsproces.

‘Uitgaan van de werkelijkheid biedt ook voordelen,’ houdt Wolff de lezer in *Reality: The Way Out* voor, ‘Oplossingen gebaseerd op de werkelijke situatie kennen een kern van waarheid.’

De samenvattende redenering

$r(\text{ealiteit}) = k(\text{ern}) + w(\text{aarheid})$

werd al snel uitgebreid

$r = k + w = o(\text{plossing})$

In breder perspectief eindigend in de aanzet tot de volgende gedachte

$r = k + w = o > ? p(\text{robleem})$

Door Wolff bondig samengevat in de vraag: wat is het probleem als de oplossing er is?

Een ruime meerderheid van de deelnemers aan het Third Wolff Debate Congress (Dubai, 2005) acht armoede de reden voor sociale onrust in maatschappelijke zin en voor gefrustreerdheid in persoonlijke zin.

Filosofisch is de moraal van een redelijk opgeleid, weldenkend mens zo geslepen dat armoede, ook die van derden, als negatief of storend ervaren wordt.

Deze moraliteit spoort hen, die reden hebben om deel te nemen aan het financiële verkeer, aan om hen, die geen reden daarvoor hebben, al dan niet onder voorwaarden, een van het hunne te schenken.

Wolff stelt dat deze humanitaire visie een remmende factor is doordat zij voorbijgaat aan de kern van waarheid. ‘Vaststaat is dat een brood wel kruimels geeft, maar dat een kruimel nooit een brood kan worden.’

Deze vaststelling

$$b = k, k \neq b$$

in combinatie met

$$r = k + w = 0$$

wordt

$$r = k [< b = k, k \neq b] + w = 0$$

transformeert tot

$$r = k + w = 0 = d(\text{oen})$$

k en b doen niet meer ter zake na vaststelling.

Innovatie in combinatie met herbronning zorgt voor een realistische visie.

De school van Wolff kiest op grond van deze overwegingen voor een heldere oplossing:

'Als armoede de oorzaak van onrust is, moet zij in de kern beoordeeld worden.'

Wolff eindigt het betoog met twee vragen

- waarom verstoort armoede het wereldbeeld van zowel degene die bezit als van degene die niet bezit?
- is er een oplossing voor het probleem?

Naar: [de-toekomst-en-de-economie/](#)