

INHOUD

Inleiding: Markt en moraal	9
De triomf van de markt	11
Alles is te koop	13
De rol van de markt nader bekeken	16
1. Voor je beurt gaan	21
Fast track	21
Rijbanen voor de rijken	23
Tegen betaling in de rij staan	24
Een afspraak bij de dokter kopen	27
Conciërgesartsen	28
Marktdenken	31
Markten versus rijen	33
Markten en corruptie	35
Toegangskaarten doorverkopen?	38
<i>Handel in kampeerplaatsen bij Yosemite</i>	38
<i>Pauselijke missen te koop</i>	40
<i>De commercie rond Springsteen</i>	40
De ethiek van op je beurt wachten	42
2. Prikkel en stimuleringsmaatregelen	45
Geld voor sterilisatie	45
De economische benadering van het leven	49
Kinderen betalen voor goede cijfers	52
Smeergeld in de gezondheidszorg	56
Perverse prikkels	61
Boetes versus vergoedingen	65
<i>Een bekeuring van 217.000 dollar</i>	66
<i>Metrobedrog en videoverhuur</i>	68
<i>Geboortebeperking in China</i>	69

<i>Verhandelbare geboortevergunningen</i>	70
<i>Verhandelbare vervuiling</i>	72
<i>CO₂-compensatie</i>	76
Betalen om op een neushoorn te jagen	79
Betalen om een walrus te schieten	82
Prikkels en morele verwickelingen	84
3. Hoe de markt de ethiek verdringt	91
Wat te koop is en wat niet	91
Gekochte verontschuldigungen en bruiloftstoespraken	94
Een pleidooi tegen geschenken	96
Geschenken aanmunten	102
Gekochte eer	105
Twee bezwaren tegen markten	108
Hoe de vrije markt niet-commerciële normen verdringt	111
Opslag van kernafval	112
Collectedagen en te laat opgehaalde kinderen	115
Het effect van commercialisering	118
Bloed te koop	120
Twee grondbeginselen van het geloof in de vrije markt	123
Besparen op liefde	125
4. Markten in leven en dood	129
Portiersverzekeringen	130
Viaticals: een weddenschap op je leven	134
Wedden op de dood	139
Een korte morele geschiedenis van de levensverzekering	142
Een termijnmarkt in terrorisme	148
De levens van onbekenden	153
Doodsobligaties	159
5. Naamrechten	162
Handtekeningen te koop	163
De naam van het stadion	168
Skyboxen	171
Geldbal	175

Een mooie plek voor uw reclame!	179
Wat is er mis met commercialiteit?	183
Openbare marketing	188
<i>Reddingsbrigades en frisdrankmonopolies</i>	188
<i>Metrostations en natuurpaden</i>	190
<i>Politieauto's en brandkranen</i>	192
<i>Gevangenis en scholen</i>	195
<i>Skyboxificatie</i>	200
Noten	203
Dankwoord	231
Register	234

INLEIDING: MARKT EN MORAAAL

Er zijn dingen die niet voor geld te koop zijn, al zijn dat er tegenwoordig niet veel. Vandaag de dag is bijna alles te koop. Ik geef een aantal voorbeelden:

- *Een betere gevangeniscel: \$ 82 per nacht.* In Santa Ana in Californië en in enkele andere steden kunnen gedetineerden tegen betaling een betere accommodatie krijgen: een schone en stille cel, ver weg van de cellen waar gedetineerden verblijven die niets betalen.¹
- *Toegang tot carpoolstroken voor alleen rijdende automobilisten: \$ 8 tijdens de spits.* Minneapolis en andere steden proberen de luchtvervuiling tegen te gaan door automobilisten die alleen in de auto zitten toe te laten tot de carpoolstroken tegen tarieven die variëren al naargelang de verkeersdrukke.²
- *De diensten van een Indiase draagmoeder: \$ 6.250.* Westerse stellen die op zoek zijn naar een draagmoeder vragen voor die taak steeds vaker vrouwen uit India, waar dit legaal is en de kosten minder dan een derde bedragen van de gemiddelde kostprijs in de Verenigde Staten.³
- *Het recht om te emigreren naar de Verenigde Staten: \$ 500.000.* Buitenlanders die 500.000 dollar investeren en minstens tien banen creëren in een gebied met een hoge werkloosheid komen in aanmerking voor een Green Card, die recht geeft op een verblijfsvergunning voor onbepaalde tijd.⁴
- *Het recht om op een met uitsterven bedreigde zwarte neushoorn te jagen: \$ 150.000.* In Zuid-Afrika geeft men boeren de mogelijkheid om aan jagers het recht te verkopen een beperkt aantal neushoorns te schieten. Op die manier wil men de boeren stimuleren om deze bedreigde diersoort te beschermen en de populatie te vergroten.⁵
- *Het mobiele telefoonnummer van uw dokter: \$ 1.500 of meer per jaar.* Een groeiend aantal dokters is mobiel bereikbaar en geeft patiënten

die bereid zijn om een jaarlijkse vergoeding te betalen van \$ 1.500 tot \$ 25.000 de mogelijkheid om dezelfde dag nog een afspraak te maken.⁶

- *Het recht op de uitstoot van een ton koolstofdioxide in de atmosfeer: € 13 (ongeveer \$ 18).* De Europese Unie organiseert een markt voor de uitstoot van koolstofdioxide, zodat bedrijven het recht kunnen kopen of verkopen om het milieu te vervuilen.⁷
- *Toelating van uw kind op een gerenommeerde universiteit: ?* Hoewel er geen prijskaartje aan hangt hebben medewerkers van een aantal topuniversiteiten aan *The Wall Street Journal* onthuld dat er soms studenten worden aangenomen met minder glansrijke cijfers, mits hun ouders welgesteld zijn en waarschijnlijk een substantiële financiële bijdrage willen doneren.⁸

Niet iedereen heeft hier de financiële middelen voor. Maar er zijn tegenwoordig allerlei nieuwe manieren om geld te verdienen. Voor wie wat extra geld nodig heeft volgen hier een paar mogelijkheden:

- *Je hoofd (of een ander deel van je lichaam) verhuren voor een reclameboodschap: \$ 777.* Air New Zealand vroeg dertig mensen om hun hoofd kaal te scheren en tijdelijk een tatoeage te laten aanbrengen met de slogan 'Zin in iets anders? Kom naar Nieuw-Zeeland!'⁹
- *Als proefkonijn fungeren bij een medicijnonderzoek van een farmaceutisch bedrijf: \$ 7.500.* De vergoeding kan variëren, al naargelang de intensiteit van de procedure die het effect van het geneesmiddel test en het ongemak dat het onderzoek met zich meebrengt.¹⁰
- *Als huursoldaat vechten in Somalië of Afghanistan voor een particulier militair bedrijf: \$ 250 per maand tot \$ 1.000 per dag.* Het salaris varieert en is afhankelijk van opleiding, ervaring en nationaliteit.¹¹
- *Urenlang in de rij staan op Capitol Hill om een plek vast te houden voor een lobbyist die wil deelnemen aan een hoorzitting van het Congres: \$ 15 tot \$ 20 per uur.* Lobbyisten maken gebruik van de diensten van bedrijven, die onder meer daklozen inhuren om in de rij te staan.¹²
- *Tegen betaling een boek lezen als je leerling bent op een slecht presterende basisschool: \$ 2.* Om het lezen te stimuleren betalen scholen in de Amerikaanse staat in Texas kinderen voor elk boek dat ze lezen.¹³

- *Veertien kilo afvallen in vier maanden als je te zwaar bent: \$ 378.* Bedrijven en zorgverzekeraars bieden financiële prikkels om gewichtsverlies en andere vormen van gezond gedrag te bevorderen.¹⁴
- *De levensverzekering van een arme of bejaarde medeburger overnemen door de jaarpremie te betalen zolang hij of zij in leven is, om na overlijden de overlijdensuitkering te kunnen opstrijken: in potentie miljoenen dollars (afhankelijk van het beleid).* Dit kansspel op het leven van onbekenden is uitgegroeid tot een industrie waarin \$ 30 miljard omgaat. Hoe eerder de persoon in kwestie sterft, des te meer de investeerder verdient.¹⁵

We leven in een tijd waarin bijna alles te koop is of verkocht kan worden. In de afgelopen drie decennia zijn markten – en marktwaarden – ons leven gaan beheersen als nooit tevoren. We zijn niet door een bewuste keuze in deze situatie verzeild geraakt. Het lijkt wel of het ons is overkomen.

Na het einde van de Koude Oorlog kregen de vrije markt en het marktdenken begrijpelijk genoeg een ongehoord prestige. Geen enkele andere methode voor de organisatie van productie en distributie van goederen was zo succesvol gebleken in het genereren van welvaart en voorspoed. Steeds meer landen in de hele wereld aanvaardden het mechanisme van de markt, maar er gebeurde ook iets anders. Marktwaarden gingen een steeds grotere rol spelen in het maatschappelijk leven. De economie ging alles domineren. De logica van het kopen en verkopen bleek niet langer alleen van toepassing op materiële goederen, maar begon ook andere levensgebieden te bepalen. Het wordt tijd dat we ons afvragen of we op deze manier willen leven.

De triomf van de markt

De jaren die voorafgingen aan de financiële crisis van 2008 waren een onstuimig tijdperk. Het geloof in de vrije markt en de deregulering vierde hoogtij: het was de tijd van de triomf van de markt. Dat tijdperk begon in de vroege jaren 1980, toen Ronald Reagan en Margaret Thatcher verkondigden dat de vrije markt, en niet de overheid, de sleutel vormde tot welvaart en vrijheid. Die trend zette zich voort

in de jaren 1990, in het marktvriendelijke liberalisme van Bill Clinton en Tony Blair, die ondanks enkele aanpassingen het geloof bevestigden dat het marktmechanisme het belangrijkste middel is voor het verbeteren van het algemeen welzijn.

Tegenwoordig wordt hieraan getwijfeld. Het tijdperk van de triomf van de markt is voorbij. De financiële crisis heeft niet alleen twijfels gezaaid over het vermogen van markten om op een efficiënte wijze risico's te verdelen, maar leidde ook tot een breed gedragen gevoel dat de markten zijn losgeraakt van de moraal en dat we die relatie op de een of andere manier moeten herstellen. Het is echter niet duidelijk wat dat betekent of hoe we dat zouden moeten doen.

Sommigen wijzen de hebzucht aan als de morele achilleshiel van de triomf van de markt. Hebzucht zou hebben geleid tot het nemen van onverantwoorde risico's. Volgens deze visie zouden we het grote graaien in toom moeten houden door aan te dringen op een grotere integriteit en meer verantwoordelijkheidsgevoel bij bankiers en leiders van beursgenoteerde bedrijven en zinvolle regels moeten invoeren om te voorkomen dat een soortgelijke crisis zich opnieuw voor doet.

Dit is op zijn best een deeldiagnose. Want hoewel het beslist waar is dat hebzucht een rol heeft gespeeld in de financiële crisis, toch is er meer aan de hand. De meest noodlottige verandering van de afgelopen dertig jaar was niet de toename van hebzucht. Het was de uitbreiding van de markten en van de marktwaarden naar levensgebieden waar ze niet thuishoren.

Om het tij te keren zullen we meer moeten doen dan tekeergaan tegen hebzucht. We zullen de rol die markten in onze samenleving spelen, moeten heroverwegen. Er is een publiek debat nodig over de vraag hoe we de vrije markt op zijn plaats houden. In dat debat zullen we moeten nadenken over de morele grenzen van het marktdenken. We moeten ons afvragen of er ook dingen bestaan die niet te koop horen te zijn.

De greep van de markten en het marktgerichte denken op levensgebieden die van oudsher werden beheerst door niet-commerciële normen is een van de belangrijkste ontwikkelingen van onze tijd.

Neem de toename van het aantal particuliere scholen en geprivati-

seerde ziekenhuizen en gevangenissen, of de uitbesteding van de oorlog aan particuliere militaire contractanten. (In Irak en Afghanistan zijn de particuliere contractanten zelfs talrijker dan de Amerikaanse troepen.¹⁶)

Neem de manier waarop politiekorpsen zijn overvleugeld door particuliere beveiligingsorganisaties, vooral in de Verenigde Staten en Groot-Brittannië, waar het aantal privébewakers tweemaal zo groot is als het aantal politiemensen.¹⁷

Neem de agressieve marketingstrategieën waarmee farmaceutische bedrijven van geneesmiddelen zich richten op consumenten in rijke landen. (Als je ooit de Amerikaanse tv-commercials rond het avondnieuws hebt gezien, zou je denken dat het grootste gevaar voor de wereldwijde volksgezondheid niet malaria, rivierblindheid of slaapziekte is, maar de alom toeslaande epidemie van erectiestoornissen.)

Of denk aan de opkomst van commerciële reclameboodschappen op openbare scholen, de verkoop van ‘naamrechten’ aan parken en openbare ruimten, het op de markt brengen van ‘designer’-eicellen en ‘designer’-sperma voor geassisteerde voortplanting, de uitbesteding van zwangerschappen aan draagmoeders in ontwikkelingslanden, de koop en verkoop, door zowel bedrijven als landen, van het recht het milieu te vervuilen, en een financiering van verkiezingscampagnes die veel weg heeft van koop en verkoop van verkiezingen.

Van de toepassing van commerciële instrumenten in de gezondheidszorg, in het onderwijs, in de openbare veiligheid, bij de nationale veiligheid, in het strafrecht, bij de bescherming van het milieu, in de recreatie, bij de voortplanting en op andere maatschappelijke terreinen hadden we dertig jaar geleden nog nooit gehoord. Tegenwoordig vinden we het al bijna vanzelfsprekend.

Alles is te koop

Waarom zouden we er een probleem van maken dat we op weg zijn naar een maatschappij waarin alles te koop is?

Om twee redenen: de eerste heeft te maken met ongelijkheid, de tweede met corruptie. Laten we beginnen bij ongelijkheid. In een maatschappij waarin alles te koop is, hebben mensen met weinig

middelen het moeilijker. Hoe meer er te koop is voor geld, hoe belangrijker geld (of het gebrek daaraan) wordt.

Als het enige voordeel van welvaart zou zijn dat ze je de mogelijkheid geeft om jachten of sportauto's te kopen en luxe vakanties te boeken, dan zou ongelijkheid van inkomen of vermogen niet zoveel uitmaken. Maar aangezien er voor geld steeds meer te koop is – politieke invloed, goede medische zorg, verblijf in een veilig buurland in plaats van in een door misdaad geteisterde natie, toelating tot elitescholen in plaats van tot slecht presterende scholen – legt ook de verdeling van inkomen en rijkdom steeds meer gewicht in de schaal. Als vrijwel alle goede dingen van het leven worden gekocht en verkocht, dan maakt geld hebben een wereld van verschil.

Dit verklaart waarom vooral gezinnen uit de lagere klasse en de middenklasse het de laatste decennia zo moeilijk hebben gehad. De kloof tussen arm en rijk is dieper geworden en de commercialisering van het maatschappelijke leven heeft de pijn daarvan nog eens verscherpt.

De tweede reden waarom we zouden moeten aarzelen om alles te koop aan te bieden is lastiger te benoemen. Het gaat daarbij niet om ongelijkheid of eerlijkheid, maar om de corrumperende werking die van de markt uitgaat. Door aan de goede dingen van het leven een prijskaartje te hangen, zetten we de deur open voor corruptie. Dat is zo omdat de markt goederen niet alleen verdeelt: in vermarkten komt ook een bepaalde houding ten opzichte van de goederen tot uitdrukking, die door het verhandelen wordt bevorderd. Kinderen betalen om boeken te lezen mag het lezen dan stimuleren, maar het kan er ook toe leiden dat ze lezen als werk gaan beschouwen in plaats van als iets wat op zichzelf gewoon leuk is. Door plaatsen in het eerste studiejaar aan de hoogste bidder te verkopen kunnen de inkomsten van de universiteit of hogeschool hoger uitvallen, maar het tast ook de integriteit van die instellingen en de waarde van het diploma aan. Inhuren van buitenlandse huurlingen om onze oorlogen te voeren kan levens van burgers sparen, maar het kan ook de betekenis van burgerschap uithollen.

Economen gaan er vaak van uit dat de markten neutraal zijn, dat ze geen invloed uitoefenen op de goederen die verhandeld worden. Maar dat is niet waar. Markten laten hun sporen na. Soms verdringen

de waarden van de markt niet-commerciële waarden die we zouden moeten behouden.

Natuurlijk verschillen mensen van mening over de vraag welke waarden behouden moeten worden, en waarom. Om uit te maken wat wel en niet voor geld te koop zou moeten zijn, zullen we moeten bepalen welke waarden van de verschillende domeinen van het sociale en maatschappelijke leven we willen respecteren. De vraag hoe we ons daarop kunnen bezinnen is het onderwerp van dit boek.

Een voorproefje van het antwoord dat ik hoop te geven: als we besluiten dat bepaalde goederen kunnen worden gekocht en verkocht, beweren we – in elk geval impliciet – dat het juist is om ze als handelswaar te beschouwen, als middelen om gebruik van te maken en winst mee te behalen. Maar niet alle goederen worden op die manier op de juiste waarde geschat.¹⁸ Het meest voor de hand liggende voorbeeld is de mens. De slavernij was zo mensonterend omdat ze mensen als gebruiksartikelen beschouwde die bij opbod konden worden gekocht en verkocht. Bij een dergelijke omgang met mensen waarden we hen niet op de juiste wijze, namelijk als personen die respect en waardigheid verdienen en die geen economische instrumenten of gebruiksvoorwerpen zijn.

Voor andere goederen en praktijken geldt min of meer hetzelfde. Zo staan we niet toe dat kinderen worden gekocht en verkocht. Zelfs als de kopers de kinderen goed zouden behandelen, zou een markt in kinderen blijk geven van een onjuiste waardering en die ook uitdragen. Kinderen moeten niet worden gezien als consumptiegoederen, maar als wezens die liefde en zorg verdienen. Of neem de rechten en de plichten van het burgerschap. Als je in de Verenigde Staten wordt opgeroepen om je juryplicht te vervullen, mag je niet iemand anders inhuren om je plaats in te nemen. Ook staan we burgers bij verkiezingen niet toe hun stem te verkopen, ook al zijn er vast wel mensen die daarvoor willen betalen. Waarom? Omdat we geloven dat de burgerlijke rechten en plichten geen privé-eigendom zijn, maar publieke verantwoordelijkheden. Als je ze uitbesteedt, degradeer je ze en waardeer je ze op een verkeerde wijze.

Al deze voorbeelden illustreren een punt van ruimer belang: er zijn een aantal goede dingen in het leven die worden uitgehold en

beschadigd als ze tot handelswaar worden gemaakt. Om te beslissen waar de markt op zijn plaats is en waar ze op een afstand moet worden gehouden zullen we moeten bepalen hoe we levensaspecten als gezondheid, onderwijs, gezinsleven, natuur, kunst, burgerplichten, enzovoorts op waarde horen te schatten. Het gaat daarbij om morele en politieke vragen die niet alleen van economische aard zijn. Om er een antwoord op te geven zullen we de morele betekenis en de juiste waardering van deze levensaspecten per geval moeten bespreken.

Dit debat werd in de tijd van de triomf van de markt niet gevoerd. Als gevolg daarvan zijn we, zonder het te beseffen, en zonder er ooit voor te hebben gekozen, opgeschoven van een markteconomie *hebben* naar een marktsamenleving *zijn*.

Het verschil is dit: een *markteconomie* is een instrument – een waardevol en effectief instrument – voor het organiseren van productieve activiteit. Een *marktmaatschappij* is een manier van leven waarin de marktwaarden tot elk aspect van het menselijk streven doordringen. Het is een maatschappij waarin sociale relaties worden gevormd naar het evenbeeld van de markt.

Het grote debat dat in de hedendaagse politiek ontbreekt, gaat over de rol en de reikwijdte van de vrije markt. Willen we een markteconomie of een marktsamenleving? Welke rol moet de markt in het publieke leven en in persoonlijke relaties spelen? Hoe kunnen we beslissen welke goederen kunnen worden gekocht en verkocht, en welke onder niet-commerciële waarden vallen? Tot hoever reikt de sterke arm van het geld?

Op deze vragen wil ik in dit boek ingaan. Omdat ze betrekking hebben op visies op de goede samenleving en op een goede manier van leven waarover veel meningsverschillen bestaan, kan ik de lezer geen definitieve antwoorden beloven. Maar ik hoop dat het in elk geval de discussie over deze vraagstukken stimuleert en een filosofisch kader biedt voor de doordenking ervan.

De rol van de markt nader bekeken

Zelfs als je het ermee eens bent dat we aan de slag moeten met de grote vragen over de moraal van de markt kun je je afvragen of het

publieke debat tegen deze taak is opgewassen. Die bezorgdheid is terecht. Elke poging tot herbezinning op de rol en de reikwijdte van de markt zou moeten beginnen met de erkenning dat er twee ontmoedigende obstakels zijn.

Het ene is de aanhoudende kracht en het prestige van het marktdenken, zelfs in de nasleep van de grootste crisis in tachtig jaar. Het andere obstakel is de rancune en de leegte van ons publieke debat. Deze twee restricties staan niet helemaal los van elkaar.

Het eerste obstakel is raadselachtig. Aanvankelijk werd de financiële crisis van 2008 door de meesten gezien als een moreel oordeel over de kritiekloze aanvaarding van de vrije markt, die drie decennia lang in het hele politieke spectrum de overhand had. De dreigende ondergang van de eens zo machtige financiële ondernemingen op Wall Street en de behoefte aan een grote reddingsoperatie op kosten van de belastingbetaler leken heel duidelijk om een herziening van het marktdenken te vragen. Zelfs Alan Greenspan, die als voorzitter van de Amerikaanse Federal Reserve de hogepriester van de triomf van de markt was, gaf 'geschokt en bijna niet in staat het te geloven' toe dat zijn vertrouwen in het zelfcorrigerende vermogen van de vrije markt een misvatting was gebleken.¹⁹ De cover van *The Economist*, het optimistische Britse tijdschrift dat het marktdenken altijd heeft aangeprezen, toonde een wegsmeltend economisch leerboek, onder de kop 'What went wrong with economics'.²⁰

Het tijdperk van de triomf van de markt was roemloos ten onder gegaan. Nu zou er zeker een tijd aanbreken van morele afrekening, een periode van nuchtere heroverweging van het geloof in de vrije markt. Maar dat heeft niet zo mogen zijn.

Het spectaculaire falen van de financiële markten heeft het geloof in de vrije markt nauwelijks getemperd. In feite heeft de financiële crisis de overheid meer in diskrediet gebracht dan de banken. In 2011 bleek uit enquêtes dat het Amerikaanse publiek de schuld voor de economische problemen van het land eerder zocht bij de overheid dan bij de financiële instellingen op Wall Street: ruim twee op de drie respondenten dacht er zo over.²¹

De financiële crisis had de Verenigde Staten en een groot deel van de mondiale economie in de ergste economische recessie gestort

sinds de Grote Depressie en miljoenen mensen van hun baan beroofd. Maar ze heeft niet tot een fundamentele heroverweging van het marktdenken geleid. In plaats daarvan was het opvallendste politieke gevolg ervan in de Verenigde Staten de opkomst van de Tea Party-beweging. Haar vijandigheid tegenover de overheid en haar fanatieke geloof in de vrije markt zou Ronald Reagan het schaamrood naar de kaken hebben gejaagd. In het najaar van 2011 breidden de protesten van de Occupy Wall Street-beweging zich tot in steden overal in de Verenigde Staten en over de hele wereld uit. Deze demonstraties waren gericht tegen de grote banken, de macht van het bedrijfsleven en de toenemende ongelijkheid in inkomen en vermogen. Ondanks hun afwijkende ideologische oriëntatie gaven zowel de Tea Party-beweging als de Occupy Wall Street-activisten stem aan de volkswoede over het overeind houden van failliete financiële ondernemingen.²²

Ondanks deze protesten is er in de politiek nauwelijks een serieus debat gevoerd over de rol en de reikwijdte van de markten. Democraten en Republikeinen maken, zoals al langer het geval was, ruzie over belastingen, uitgaven en begrotingstekorten, maar nu met een nog grotere partijdigheid en nog minder vermogen om te inspireren of te overtuigen. Burgers wantrouwen de politiek steeds meer, omdat ze gefrustreerd raken door een politiek systeem dat niet in staat lijkt om op te komen voor het algemeen belang of de problemen aan te pakken die er werkelijk toe doen.

De zorgwekkende staat van het politieke debat is het tweede obstakel voor een discussie over de morele grenzen van de markten. In een tijd waarin politieke debatten vaak niet veel meer zijn dan om het hardst schreeuwen op televisie, partijdig venijn op de radio en elkaar vliegen afvangen in het Congres, kun je je bijna geen beargumenteerd publiek debat meer voorstellen over controversiële morele vragen, zoals de juiste manier om voortplanting, kinderen, onderwijs, gezondheid, milieu, burgerschap en meer van dergelijke belangrijke levensaspecten op waarde te schatten. Maar ik ben ervan overtuigd dat dit debat mogelijk is en dat het ons publieke leven nieuwe kracht kan geven.

Sommigen bespeuren in onze verhitte politieke arena een overdaad aan morele overtuiging: velen zouden te sterk vasthouden aan

hun eigen mening en die te fanatiek uitdragen, en proberen hun visie aan alle anderen op te leggen. Ik denk dat onze hachelijke situatie daarmee verkeerd wordt ingeschat. Het probleem van onze politiek is niet dat er te veel morele argumenten worden uitgewisseld, maar te weinig. Het politieke debat is oververhit omdat het leeg is en nauwelijks morele of spirituele inhoud heeft. Het slaagt er niet in om zich met de grote vragen bezig te houden die mensen werkelijk belangrijk vinden.

De morele leegte van de huidige politiek heeft een aantal oorzaken. Een daarvan is de poging om discussies over de goede manier van leven uit het publieke debat te verbannen. In de hoop sektarisch geruzie te voorkomen dringen we er vaak op aan dat burgers hun morele en intellectuele overtuigingen thuis laten als ze de publieke arena in te stappen. Maar het vermijden van het politieke debat over de goede manier van leven heeft, hoe goed bedoeld ook, de weg vrijgemaakt voor de triomf van de markt en het aanhoudende overwicht van het marktdenken.

Daar komt bij dat het marktdenken zelf het publieke leven van morele argumentatie berooft. Wat de markten nu juist zo aantrekkelijk maakt, is dat ze geen oordeel vellen over de behoeften en voorkeuren die ze bevredigen. Ze vragen zich niet af of de ene waardering van goederen hoger of waardevoller is dan de andere. Als iemand bereid is om geld te betalen voor seks of een nier, en er een volwassen persoon is die bereid is om zoiets te verkopen, dan is de enige vraag die de economie stelt: 'Wat kost het?' Markten tonen geen afkeuring. Ze maken geen onderscheid tussen bewonderenswaardige en minderwaardige behoeften en voorkeuren. Elke partij bepaalt bij een overeenkomst zelf welke waarde ze hecht aan de dingen die worden uitgewisseld.

Deze niet-oordelende houding ten aanzien van waarden is een wezenlijk deel van het marktdenken en verklaart voor een groot deel de aantrekkingskracht ervan. Maar onze onwil om morele en spirituele debatten aan te gaan heeft in combinatie met ons enthousiasme voor de vrije markt een hoge tol geëist: het heeft het publieke debat van morele energie en maatschappelijke inzet beroofd en bijgedragen tot de technocratische managementpolitiek die veel samenlevingen tegenwoordig aantast.

Een debat over de morele grenzen van de markten zou ons als samenleving in staat stellen om te beslissen waar de vrije markt het algemeen belang dient en waar ze niet thuishoort. Het zou onze politiek een stimulans geven als er in de publieke arena verschillende meningen over de goede manier van leven tegenover elkaar zouden komen te staan. Want hoe ontstaat anders een echt debat? Wie het ermee eens is dat bepaalde goede dingen des levens door kopen en verkopen worden aangetast en uitgehold, moet het er ook mee eens zijn dat de ene manier om die goede dingen te waarderen juister is dan de andere. Het heeft nauwelijks zin over de corruptie van bepaalde levensaspecten te spreken – bijvoorbeeld ouderschap of burgerschap – als je sommige vormen van ouderschap of burgerschap niet beter vindt dan andere.

Morele oordelen als deze gaan schuil achter de spaarzame beperkingen die we de markt nog steeds opleggen. We staan ouders niet toe hun kinderen te verhandelen en burgers mogen hun stemrecht niet verkopen. Een van de redenen waarom we dat niet doen, is, eerlijk gezegd, een menselijk oordeel: wij zijn van mening dat verkoop van kinderen of stemrecht hun niet de juiste waarde toekent en een verkeerde houding cultiveert.

Bij het doordenken van de morele grenzen van de markt zijn deze vragen niet te vermijden. Het vereist dat we samen in het openbaar debatteren over hoe we de maatschappelijke verworvenheden, die we zo vaak prijzen, zouden moeten waarderen. Het zou dwaas zijn om te verwachten dat een moreel krachtiger publiek debat tot overeenstemming over alle omstrede vraagstukken zou leiden. Maar het zou het publieke leven wel gezonder en vitaler maken. En het kan ons bewuster maken van de prijs die we betalen voor leven in een maatschappij waarin alles te koop is.

Als we nadenken over de moraal van de markt denken we allereerst aan de banken op Wall Street en hun roekeloos optreden, aan hedgefondsen en politieke reddingsoperaties, en aan de hervorming van de regelgeving. Maar de morele en politieke uitdaging waar we vandaag de dag voor staan, gaat dieper en is alledaagser: het gaat erom de rol en het bereik van de markt in ons maatschappelijk leven, in onze menselijke relaties en in ons dagelijks leven opnieuw te doordenken.