

ROBERT J. SHILLER

**NARRATÍV
KÖZGAZDASÁGTAN**

ROBERT J. SHILLER

NARRATÍV KÖZGAZDASÁGTAN

HOGYAN HATNAK A VÍRUS MÓDJÁRA
TERJEDŐ TÖRTÉNETEK A GAZDASÁGRA?

A fordítás alapja:

Robert J. Shiller: *Narrative Economics: How Stories Go Viral & Drive Major Economic Events*

Copyright © Robert J. Shiller, 2019

Fordította © Garamvölgyi Andrea, 2020

Szerkesztette: Szöllős Péter

Borítóterv: Juhász Gábor Tamás

HVG Könyvek, Budapest, 2020

Kiadóvezető: Budaházy Árpád

Felelős szerkesztő: Török Hilda

www.hvgkonyvek.hu

ISBN 978-963-304-991-4

Minden jog fenntartva. Jelen könyvet vagy annak részleteit tilos reprodukálni, adatrendszerben tárolni, bármely formában vagy eszközzel – elektronikus, fényképezési úton vagy más módon – a kiadó engedélye nélkül közölni.

Kiadja a HVG Kiadó Zrt., az 1795-ben alapított

Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülésének tagja.

Felelős kiadó: Szauer Péter

Nyomdai előkészítés: Pyber Anita

Nyomás: Alföldi Nyomda Zrt.

Felelős vezető: György Géza vezérigazgató

TARTALOM

Ábrajegyzék.....	7
Előszó: Mi is az a narratív közgazdaságtan?	9
I. A NARRATÍV KÖZGAZDASÁGTAN KEZDETEI	23
1. A bitcoin narratívája	25
2. Kalandozás a konziliencia világában	35
3. Fertőzések, konstellációk és konfluenciák	43
4. Miért terjednek vírusszerűen bizonyos narratívák?	57
5. A Laffer-görbe és a Rubik-kocka világhódító útja	69
6. Többféle bizonyíték a gazdasági narratívák ragályosságára	83
II. A NARRATÍV KÖZGAZDASÁGTAN ALAPJAI	101
7. Ok-okozati összefüggések és konstellációk	103
8. A narratív közgazdaságtan hét alaptétele	121
III. ÖRÖKZÖLD GAZDASÁGI NARRATÍVÁK	139
9. Kiújulás és mutálódás.....	141
10. Pánik kontra bizalom	149
11. Takarékoság kontra hivalkodó fogyasztás.....	175
12. Aranystandard kontra bimetallizmus.....	197
13. A munkaerő-megtakarító gépek sok munkát kiváltanak	217
14. Az automatizálás és a mesterséges intelligencia majdnem minden munkát kivált.....	243
15. Az ingatlanpiac felemelkedése és bukása	261
16. Tőzsdei lufik	279
17. Bojkottok, nyerészkedők és gonosz vállalkozások	291
18. Az ár-bér spirál és a gonosz szakszervezetek	313
19. A jövő narratívái, a jövő kutatásai	327

Függelék: A járványmodellek alkalmazása gazdasági narratívákra	347
Köszönetnyilvánítás	361
Felhasznált irodalom.....	363
Jegyzetek	403
Név- és tárgymutató	431

ÁBRAJEGYZÉK

2.1. ábra. A <i>narratíva</i> (narrative) kifejezést tartalmazó cikkek százalékos aránya tudományáganként	36
3.1. ábra. Példa a járványgörbére: az újonnan jelentett ebolás megbetegedések száma a libériai Lofa megyében	44
3.2. ábra. A <i>bimetallizmus</i> (bimetallism) és a <i>bitcoin</i> kifejezést tartalmazó riportok és cikkek százalékos aránya a hírekben és a napilapokban (1850–2018)	48
3.3. ábra. Négy gazdasági modell előfordulási gyakorisága a könyvekben (1940–2008)	52
5.1. ábra. A <i>Laffer-görbe</i> (Laffer Curve) kifejezés előfordulási gyakorisága a könyvekben (1950–2008), valamint a hírekben és a napilapokban (1950–2019)	71
10.1. ábra. A <i>pénzügyi pánik</i> (financial panic), a <i>vállalkozói bizalom</i> (business confidence) és a <i>fogyasztói bizalom</i> (consumer confidence) kifejezés előfordulási gyakorisága a könyvekben (1800–2008)	150
10.2. ábra. A pániknarratívák konstellációjában a <i>pénzügyi pánik</i> (financial panic) kifejezés előfordulási gyakorisága a könyvekben (1800–2000)	152
10.3. ábra. A <i>befolyásolhatóság</i> (suggestibility), az <i>önbefolyásolás</i> (autosuggestion) és a <i>tömegpszichológia</i> (crowd psychology) kifejezés előfordulási gyakorisága a könyvekben (1800–2008)	156
10.4. ábra. A <i>nagy gazdasági világválság</i> (Great Depression) kifejezés előfordulási gyakorisága a könyvekben (1900–2008), valamint a hírekben és a napilapokban (1900–2019)	172
11.1. ábra. Az <i>amerikai álom</i> (American Dream) kifejezés előfordulási gyakorisága a könyvekben (1800–2008), valamint a hírekben és a napilapokban (1800–2016)	193

12.1. ábra. Az <i>aranystandard</i> (gold standard) kifejezés előfordulási gyakorisága a könyvekben (1850–2008), valamint a hírekben és a napilapokban (1850–2019)	200
13.1. ábra. A <i>munkaerő-megtakarító gépek</i> (labor-saving machinery) és a <i>technológiai munkanélküliség</i> (technological unemployment) kifejezés előfordulási gyakorisága a könyvekben (1800–2008)	218
14.1. ábra. Az <i>automatizálás</i> (automation) és a <i>mesterséges intelligencia</i> (artificial intelligence) kifejezést tartalmazó riportok és cikkek százalékos aránya a hírekben és a napilapokban (1900–2019)	244
15.1. ábra. Az <i>ingatlanlufi</i> (housing bubble) kifejezés előfordulási gyakorisága a Google-keresés alapján, valamint a hírekben és a napilapokban (2004–2019)	276
16.1. ábra. A <i>tőzsdekrach</i> (stock market crash) kifejezés előfordulási gyakorisága a könyvekben (1900–2008), valamint a hírekben és a napilapokban (1900–2019)	283
17.1. ábra. A <i>nyerészkedő</i> (profiteer) kifejezés előfordulási gyakorisága a könyvekben (1900–2008), valamint a hírekben és a napilapokban (1900–2019)	295
18.1. ábra. Az <i>ár-bér spirál</i> (wage-price spiral) és a <i>költséginfláció</i> (cost-push inflation) kifejezés előfordulási gyakorisága a könyvekben (1900–2008)	314
F.1. ábra. A járványok lefolyásának elméleti görbéi	350

ELŐSZÓ

MI IS AZ A NARRATÍV KÖZGAZDASÁGTAN?

Jó fél évszázaddal ezelőtt, amikor a Michigani Egyetem 19 éves hallgatója voltam, Shaw Livermore, a történelemtanárom elolvastatta velem Frederick Lewis Allen rövid kis könyvét,¹ amelyből megismerhettem az 1929-es tőzsdekrachot és az 1930-as évek gazdasági világválságát közvetlenül megelőző időszakot. Az 1931-ben kiadott könyv a maga korában igazi bestseller volt. Miután elolvastam, meggyőződésemmé lett, hogy ez a könyv nemcsak azért rendkívül fontos mű, mert egészen hűen adja vissza a dübörgő húszas évek vibráló atmoszféráját és a tömeges tőzsdei spekulációk izgalmát, hanem azért is, mert remekül rávilágít a világgazdaságot sújtó valaha volt legnagyobb krízisnek, a nagy gazdasági világválságnak a kiváltó okaira. Feltűnt, hogy az akkoriban futótűzként terjedő sikertörténetek is hozzájárultak a korszak új szellemiségéhez. A szerző maga is szem- és fültanúja volt annak, ahogy 1929-ben – közvetlenül a tőzsdecsúcs előtt – szájról szájra terjedtek a mesés történetek:

A vacsoraasztalnál rendre szóba kerültek azok a csodás történetek, amelyekben a főhős egyik napról a másikra gazdagodott meg: az ifjú bankár szerény tőkéjét az utolsó centig Niles-Bement-Pond-részvényekbe fektette, és most már élete végéig biztosítva van a megélhetése; egy özvegy hatalmas kúriát tudott venni abból a pénzből, amelyet a kennecotti bányák részvényei fialtak. Ezek spekuláltak – és kaszáltak is szépen – anélkül, hogy a leghalványabb fogalmuk lett volna arról, mivel is foglalkozik a nagy nyereséggel kecsegtető cég, amelybe a pénzüket fektették. Ugyanúgy vélekedtek, mint azok, akik abban a hitben vettek Seaboard

Air Line-részvényeket, hogy az egy légitársaság. (Holott a Seaboard Air Line egy vasúttársaság volt, amely még a 19. században kapta ezt a nevet, amikor az „air line” szó szerint a légvonalat – vagyis a két pont közötti legrövidebb távolságot – jelentette.)²

Ezek a valóságtól kissé elrugaszkodott történetek első hallásra talán hihetetlenek, de annyiszor kerültek szóba, hogy nehéz lett volna figyelmen kívül hagyni őket. Akkoriban sem lehetett ennyire könnyen meggazdagodni, és az intelligensebb emberek bizonyára tudták is ezt. Csakhogy a cáfolatok, amelyek felhívták volna a figyelmet ezeknek a „hogyan gazdagodjunk meg gyorsan” sztoriknak a hiteltelenségére, úgy tűnik, nem terjedtek olyan ütemben, mint a sikertörténetek.

Miután elolvastam Allen könyvét, nyilvánvalóvá vált számomra, hogy a részvényt piac és a gazdasági helyzet alakulása, valamint a nagy gazdasági világválság kirobbanása szorosan kapcsolódhatott ezekhez a történetekhez, tévhitekhez és a korszak általános narratíváihoz. Csakhogy a közgazdászok sohasem vették komolyan Allen könyvét, így a történetek járványszerű terjedését sem vették számításba a gazdaság működését modellező matematikai képletekben. Nos, ez a járvány a narratív közgazdaságtan alapja.

Mai szóhasználattal élve, vírusszerűen terjedtek a pénzügyekhez kicsit sem konyító befektetők mesés sikereiről szóló történetek. Olyan volt ez, mint valami járvány: emberről emberre, szájról szájra terjedtek a hírek a vacsorapartikon és egyéb társasági eseményeken, nem is beszélve a telefonról, a rádióműsorokról, az újságokról és a könyvekről. A ProQuest News & Newspapers (proquest.com), ahol egészen az 1700-as évekig visszamenően lehet online kutakodni az újságcikkek és a hirdetések között, arról tanúskodik, hogy a *vírusszerűen terjed* (go viral és annak variációi: going viral, went viral, gone viral) kifejezés a járvánnyal összefüggésben csak 2009 körül jelent meg először nyomtatásban, jellemzően az internetről szóló történetekkel kapcsolatosan. Az ehhez köthető *vírusmarketing* (viral marketing) kifejezés is csak nem sokkal korábban, 1991-ben született meg – egy, az indiai Nágpurban alapított kisvállalkozás nevéként. Napjainkra, ahogy az a ProQuest News & Newspapersben való keresésekből kiderül, már maga a *vírusszerűen terjed* (go viral) kifejezés is vírusszerűen terjed. Hasonló eredményt mutat a Google Books Ngrams Viewer (books.google.

com/ngrams), amelyen a felhasználók az 1500-as évekig visszamenőleg kereshetnek könyvekben található szavakat és kifejezéseket. 2009 óta pedig a *vírusként terjed* (go viral) egyik legújabb szinonimája (trending now) is vírusszerűen terjed. Ezekhez a járványokhoz nagyban hozzájárult az, hogy az internetes oldalak feltüntetik a jól ismert netes statisztikákat: a megtekintések és/vagy a lájkok számát. A vírusszerűen terjed kifejezés és a legújabb szinonimája is azt jelzi, hogy a fertőzési görbe felszálló ágában járunk, amikor a járvány még javában terjed. A feledésbe merülést – a görbe leszálló ágát – azonban már messze nem övezi ekkora figyelem, pedig a gazdasági narratívákban vélhetően ez is ugyanolyan fontos oka lehet a gazdasági viselkedés megváltozásának.

Allen is vírusszerűen terjedő történeteket említett, noha ő maga nem használta ezt a kifejezést. Ő elsősorban arról írt, „hogyan változik, és milyen jelentéktelen történések foglalkoztatják olykor a közgondolkodást”,³ de a narratívák terjedésének járványszerű jellegét nem fogalmazta meg.

A narratívák járványszerű terjedését be kellene építeni a gazdaságelméletbe. Máskülönben a gazdasági változások egyik nagyon is valós, konkrét és fontos mechanizmusa, valamint a gazdasági előrejelzések egyik kulcsfontosságú eleme továbbra is rejtve marad előttünk. Ha nem értjük meg a népszerű narratívák járványszerű terjedésének folyamatát, akkor soha nem érthetjük meg teljesen, hogyan és mitől változik a gazdaság és a gazdaság szereplőinek viselkedése. Az orvoslásban a járványok előrejelzésének könyvtárnyi szakirodalma van. Ebből világosan kiderül, hogy ha megismerjük a járványok természetét és a fertőzést okozó tényezők szerepét, akkor pontosabbak lesznek az előrejelzéseink annál, mint ha csak statisztikai módszerekre hagyatkoznánk.

Mit jelent a narratív közgazdaságtan?

A *narratív közgazdaságtan* (narrative economics) kifejezést már korábban is használták, csak ritkán. R. H. Inglis Palgrave politikai gazdaságtani szótára (*Dictionary of Political Economy*) röviden említést tesz ugyan a narratív közgazdaságtanról,⁴ de pusztán egy kutatási módszernek tekinti, amelynek során az alany saját szemszögéből, a saját szavaival meséli el a történelmi

eseményeket. Én magam nem egy új narratívát kívánok előadni, hanem mások narratíváit szeretném tanulmányozni a nagyobb gazdasági események kapcsán. Azokra a népszerű narratívákra vagyok kíváncsi, amelyek vírusszerűen terjedtek. A *narratív közgazdaságtan* kifejezés használatakor két dologra igyekszem odafigyelni: (1) a történetekbe ágyazott gondolatok szájhagyomány útján történő, járványszerű terjedésére, valamint (2) az emberek azon törekvéseire, amelyekkel megpróbálnak új, járványszerűen terjedő történeteket generálni, illetve a már létező történeteket igyekeznek még jobban elterjeszteni. Elsősorban azt szeretném vizsgálni, hogyan hat a történetek terjedése a gazdasági eseményekre.

A *narratíva* általában a történet szó szinonimája. Én azonban abban a konkrét és modern értelemben használom, ahogyan azt az angol értelmezőszótár, az *Oxford English Dictionary* definiálja: „olyan történet vagy értelmezés, amely egy társadalomról, egy korszakról stb. magyarázó vagy bizonyító erejű beszámolóval szolgál”. Mindemellett – értelmezésem szerint – egy történet nem csupán az emberi élet eseményeinek kronológiáját jelenti, lehet akár egy dal, egy vicc, egy elmélet, egy magyarázat vagy egy terv is, amelynek érzelmi töltése van, és akár egy hétköznapi beszélgetés során is könnyen átadható. A történelmet jellemzően ritkán bekövetkező, nagy volumenű események sorozatának tekintjük, amelyben egy történet sokszor (de nem mindig) egy vonzó híresség (esetleg egy kevésbé ismert személy vagy kitalált archetípus) segítségével terjed el, akinek személyes érintettsége teszi emberközelivé a történetet.

A 20. század második felének történetei szerint például a szabadpiacok önmagukban is elég hatékonyak, ezért a kormányzat piacélénkítő intézkedései teljesen hiábavalók. Nem véletlen, hogy az ilyen narratívák hatására a közvélemény a kormányzati szabályozások ellen fordult. A beavatkozások gyakorlatát, persze, joggal érthette bíráló akkoriiban, csak hogy ezek a jogos kritikák általában nem terjedtek el széles körben. Ehhez ugyanis személyes vonatkozás és egyéni történet kell. Jó példa erre – az akkor még filmszínészként ismert – Ronald Reagan narratívája. 1953-tól egészen 1962-ig a rendkívüli népszerűségnek örvendő amerikai tévéműsor, a „General Electric Theater” szellemes és sármos házigazdajaként vonult be a köztudatba. 1962 után azonban a szabadpiaci elvek támogatójaként lépett a politika porondjára. 1980-ban választották meg az Egyesült Államok el-

nökének. Az 1984-es újraválasztásakor minden államban ő nyert, ellenfele szűkebb pátriáját kivéve. Reagan az ismertségét és a népszerűségét felhasználva forradalmi változásokat indított el a szabadpiaci elvek megvalósítása érdekében. Ennek pozitív és negatív hatásai még ma is velünk élnek.

A narratíva mindig ragályosabb, ha az emberek személyes kötődést tudnak kialakítani a történet forrásával vagy annak egyik szereplőjével, legyen az akár egy kitalált archetípus, akár egy valódi híresség. Vegyük például azt a narratívát, amelyben Donald J. Trump egy keménykezű és briliáns üzletember, aki önerőből lett milliárdos. Ez adta a magját annak a gazdasági narratívának, amelynek köszönhetően megtörtént az elképzelhetetlen, és 2016-ban Trumpot megválasztották az Egyesült Államok elnökének. A hírességek olykor maguk szövik a saját történeteiket, ahogy Trump is, de többnyire csak hozzáadják a nevüket egy régebbi, gyengébb narratívához, hogy azt ragályosabbá tegyék. Tipikusan ilyen az önerőből felemelkedett ember története, amelyet már oly sokszor elmeséltek, csak mindig más híresség nevével. (A könyvben számos, hírességhez kötött narratíva kerül majd szóba.)

A narratív közgazdaságtan jól illusztrálja, hogyan alakulnak át ezek a népszerű történetek az épp aktuálisan vágott gazdasági hatás érdekében, nemcsak recesszió vagy válság, hanem más, fontos gazdasági jelenségek idején is. Az az elképzelés, hogy az ingatlanárak csak emelkedhetnek, szorosan kapcsolódik a tévében látott gazdag vállalkozók történeteikhez, akik az olcsón megvett, felújított házakat jóval magasabb áron adják tovább. Az aranyat a háború és a válság éveinek története miatt tartják a legbiztonságosabb befektetésnek. Ezekben a narratívákban mindig van egy fertőző elem, még akkor is, ha csak nehezen kapcsolhatók valamelyik hírességhez.

A narratívák végső soron mindig fontos közvetítőszerpet játszanak a kultúrában, a korszakokban és a gazdasági viselkedésben lezajló gyors változásokban.⁵ A narratívák néha összefonódnak a divattal, a mániával, mindenféle múltó hóborttal, amelyet aztán a dörzsölt marketingesek és egyéb reklámszakemberek felerősítenek, hogy profitáljanak belőle.

A popkulturális narratívák mellett léteznek értelmiségi körökben terjedő, szakmai narratívák is, amelyek egészen komplexek, és a maguk diszkkrét módján inkább az emberek általános társadalmi viselkedését befolyásolják. Az egyik ilyen szakmai narratíva – a *spekulatív árak random walk*

elmélete (random walk theory of speculative prices) – szerint a tőzsdén a részvények árának alakításakor minden létező információt számításba vesznek, következésképp teljesen hiábavaló arra spekulálni, hogy „nagyot szakítunk”, vagyis a vártnál nagyobb nyereséget érhetünk el. Ebben, persze, van némi igazság – mint a szakmai narratívákban általában –, csak hogy a szakirodalom ma már ismeri a hiányosságokat, amelyeket ez az elmélet sem tud előre jelezni.

A szakmai narratívák olykor átszivárognak a popkultúrába, de a közbeszédben sokszor már torzításokkal terjednek tovább. Az egyik ilyen torzult narratíva szerint például a hazai részvénypiacon a legjobb a *vedd meg és tartsd* (buy-and-hold) befektetési stratégia, vagyis a megvásárolt részvényeket érdemes megtartani egészen a lejáratú időpontig. A befektetői szakma azonban más véleményen van, pedig a közhiedelem szerint ez a stratégia tudományos kutatásokon alapul. Az ilyen és ehhez hasonló, torzult narratívák néha akár generációkon át is éreztetik gazdasági hatásukat.

Nincs rá mód, hogy egy diktafonnal a kezünkben visszautazzunk az időben, és felvegyük azt a beszélgetést, amely során megszületett vagy tovább terjedt egy-egy narratíva, így, mint a történelmi eseményeknél általában, a narratívák esetében is el kell fogadnunk, hogy csak közvetett forrásokra támaszkodhatunk. Ma azonban a közösségi média révén és az olyan eszközök segítségével, mint például a Google Books Ngrams Viewer, már lehetőségünk van nyomon követni a kortárs narratívák pályáivét.

A jövő nagy eseményeinek megbízhatóbb előrejelzése

Közgazdász kortársaim többsége úgy véli, hogy a közösségi narratívák témaköre „nem a mi asztalunk”. Némi unszolásra is legfeljebb azt javasolják, hogy ezzel inkább az egyetem más részlegein kilincseljünk, például a szociológia és kommunikációs tanszéken. Csakhogy ezeknek a területeknek a szakértői sok esetben nem igazodnak el a közgazdasági elméletek között, így elválík egymástól a narratíváknak és a narratívák gazdasági eseményekre gyakorolt hatásainak a vizsgálata.

Egyetlen közgazdász sem adott hiteles előrejelzést arról, hogy az egész világot megrázza majd az 1930-as évek amerikai gazdasági válsága – ez csak

azután vált világossá, miután bekövetkezett. Kevés szakember látta előre, hogy 2005-ben kipukkad az amerikai ingatlanlufi, és 2007–2009-ben hatalmas recesszió, pénzügyi világválság követi. Az 1920-as évek végén néhány közgazdász egyenesen azt állította, hogy az elkövetkező évtizedben a prosperitás újabb, soha nem látott magasságokba emelkedik majd, míg mások ennek épp az ellenkezőjét vizionálták: a munkanélküliségi ráta ezentúl mindig ilyen magas lesz, mert az egyre hatékonyabb gépek végleg átveszik az emberi munkaerő helyét. Ám, úgy tűnik, egyetlen olyan – a közvélemény előtt is ismert – előrejelzés sem született, amely pontosan megjósolta volna azt, ami valóban bekövetkezett: hogy tíz évig elképesztően magas lesz a munkanélküliségi ráta, de aztán visszaáll a normál szintre.

Amióta világ a világ, az adatokkal dolgozó közgazdászok mindig is kiválóan értettek elvont elméleti modellek felállításához, és a rövid távú gazdasági adatok elemzéséhez. Képesek pontosan előre jelezni az elkövetkező néhány negyedév makroökonómiai változásait, de az egyéves előrejelzéseik már vagy fél évszázada valójában hasznavehetetlenek. Amikor meghatározzák, mekkora a valószínűsége annak, hogy egy év múlva az Egyesült Államok negyedéves GDP-növekedése negatív lesz, akkor az előrejelzéseiknek semmi közük a tényleges, egymást követő negatív növekedési rátákhoz.⁶ A Fathom Consulting tanulmányából kiderül, hogy a Nemzetközi Valutaalap (International Monetary Fund, IMF) félévente megjelenő kiadványában, a *World Economic Outlook*ban 1988 óta összesen 469 recessziót – egy adott országban egy éven belül várható GDP-csökkenést – jósolt a világ 194 országában. Ebből mindössze 17-et tudtak egy évvel előre megjósolni. 47 esetben pedig be sem következett a várt recesszió.⁷

Az ember azt hinné, hogy ez egészen jó teljesítmény, főleg az időjárás-előrejelzésekhez képest, amelyek csupán néhány napra előre tudnak pontos prognózist adni. Csakhogy a gazdasági döntések meghozatalakor az emberek általában több évre előre gondolkodnak és terveznek. Azzal számolnak, hogy a gyermekeik négy évig középiskolába, majd újabb négy évig egyetemre járnak, és harminc évre vesznek fel lakáshiteleket. Így természetes az igény, hogy néha tudni szeretnénk, hogy az elkövetkező néhány év gyenge vagy inkább erős lesz-e.

Meglehet, hogy a gazdasági előrejelzéseket készítő szakértők tényleg minden tőlük telhetőt megtesznek, és ez a legtöbb, amit nyújtani tudnak.

De úgy tűnik – tekintve, hogy az egyes gazdasági események minden lát-szólagos ok nélkül újra és újra bekövetkeznek –, ideje lenne fontolóra ven-ni, hogy a gazdaságelmélet talán megérett az alapos fejlesztésre.

Ritkán látni, hogy egy közgazdász – a múlt értelmezése vagy a jövő elő-rejelzése során – az események kapcsán egy üzletember vagy egy újságíró, ne adj' isten, egy taxisofőr véleményét idézné. Pedig csak úgy érthetjük meg bonyolult gazdaságunk működését, ha számításba vesszük a gazdasági döntéseket érintő narratívákat és gondolatokat is, függetlenül attól, hogy azok helyesek-e vagy tévesek.

A hagyományos makroökonómiai kutatási módszerek bírálata nem új keletű jelenség. Tjalling Koopmans közgazdász 1947-ben írt híres cikké-ben⁸ élesen kritizálta azt az – akkoriban bevett módszernek számító – eljá-rást, amelynek során az idősoros adatok (például a bruttó nemzeti termék vagy a kamatláb) kizárólag statisztikai vonatkozásait vizsgálva keresték az előrejelzésekhez szükséges konjunktúramutatókat. Koopmans hiányolta azokat az elméleteket, amelyek a számok mögött meghúzódó emberi visel-kedés tényleges megfigyelésén alapultak.

Ezek a gazdasági elméletek egészen más jellegű információkra épülnek, mint amiről az idősoros adatok árulkodnak. A fogyasztók indítékairól és szokásairól, az üzleti vállalkozások profitszerző céljairól szólnak, ame-lyek részben önelemzésen, részben pedig az egyes emberek megfigyelt cselekedeteiről kialakult véleményen vagy az azokból levont következte-téseken – röviden, az emberek viselkedésének és indítékainak többé-ke-vésbé szisztematikus ismeretén – alapulnak.⁹

Vagyis, ahogy azt Koopmans kiemeli, a hagyományos gazdasági megköze-lítések nem vizsgálják, milyen szerepet játszanak a *közhiedelmek* – vagyis a narratívák – a nagyobb gazdasági eseményekben. Ha a közgazdászok a gaz-dasági események magyarázataiba beillesztenék a köznapi narratívák értel-mezését is, az előrejelzéseikben is fogékonyabbak lennének az efféle hatá-sokra. Ezáltal sokkal használhatóbb eszközöket adhatnának a döntéshozók kezébe, hogy azok jobban fel tudjanak készülni a várható fejleményekre, és eredményesebben kezelhessék őket. Éppen ezért ebben a könyvben amel-lett érvelek, hogy a közgazdászok akkor teszik a legtöbbet saját *tudomány-*

águk fejlődéséért, ha kidolgozzák és beépítik abba a narratív közgazdaságtan *művészetét*. Az első néhány fejezetben bemutatom, hogyan alapozható meg a tudomány és a művészet ilyenén egyesítése, és hogyan hozható létre ezáltal egy még megbízhatóbb közgazdaságtan.

A gazdasági események előrejelzése mint erkölcsi kötelesség

Az előrejelzés célja végső soron az, hogy még a jelenben beavatkozhassunk az események alakulásába, és ezzel megváltoztassuk a jövőt a társadalom javára. Kenneth E. Boulding (egy másik tanárom a Michigani Egyetemen, aki nagy hatással volt rám) 1969-ben, az Amerikai Közgazdasági Társaságban (American Economic Association, AEA) tartott elnöki beszédében azt mondta, hogy a közgazdaságtant az *erkölcstudományokhoz* kellene sorolni – hiszen elsősorban az emberi gondolkodással és eszményekkel foglalkozik –, és élesen bírálta, mondván:

Ez egy olyan doktrína, amely akár a közömbösségi görbe szeplőtlen fogantatásának is nevezhető, mert azt állítja, hogy az emberek ízlése örök és megváltoztathatatlan, így nem is vizsgálható kialakulásának folyamata sem. Ez a doktrína szó szerint „a madaraknak való”, akiknek az ízlését javarészt a genetikájuk alakítja, így az valóban állandó tényezőként kezelhető a madártársadalmak dinamikájában.¹⁰

„A közgazdaságtan – mondta Boulding – maga teremti meg az általa tanulmányozott világot.”¹¹ Gyakran nem is előrejelzést akarunk adni, hanem figyelmeztetést. Soha nem az a célunk, hogy csupán előre jelezzük a katasztrófát, hanem inkább az, hogy olyan lépéseket tegyünk, amelyekkel megakadályozhatjuk a bekövetkezését.

A jegybanki tevékenységekről, például az alapkamat rutinszerű emeléséről vagy csökkentéséről szóló újsághírek is azt a képzetet erősítik, hogy ezeknek a lépéseknek a mértéke és időzítése az igazán fontos, míg a hozzájuk kapcsolódó szövegek és történetek jelentéktelenek. Irving Kristol egyik 1977-es cikkében¹² tömören és velősen fogalmazta meg, hogyan

vélekedik a konvencionális közgazdász a vállalkozói bizalomról szóló közvélemény-kutatásokról:

Nincs ennél nagyobb butaság. A vállalkozói bizalom – amely leginkább abban mutatkozik meg, mennyire hajlandók a vállalkozások új beruházásokat eszközölni – nem pszichológiai, hanem gazdasági jelenség. Nem az számít, mit mond Carter és Burns, hanem az, mit tesz. Lehet, hogy John Maynard Keynes elhitte – és néhány tanítványa nyilván még ma is elhiszi –, hogy a befektetési hajlandóságot az üzletemberek jó vagy rossz lelkiállapota irányítja, de a keynesi irányzat hívei sohasem voltak túl nagy véleménnyel az üzletemberek szellemi képességeiről, mindig is szeszélyes gyerekeknek állították be őket, akiket „atyai szóval” kell „terelgetni”. [...] A vállalkozói bizalom attól függ, van-e kilátásban jövedelmező befektetés. Semmi más nem számít, csak ez. Lényegtelen, mit mond az elnök, és hogyan nyilatkoznak a cégvezetők vagy bárki más.¹³

Kristol nem nevezi meg azokat a gazdasági erőket, amelyek a történetektől függetlenül működve okoznak gazdasági válságot. Tesz azonban némi célzást a közgazdaságtan átpolitizálódására azzal, hogy azt állítja, a közgazdászok sértően nyilatkoznak az üzletemberek intelligenciájáról, amikor a nem épp optimális gazdasági viselkedést akarják illusztrálni. Sok közgazdász megtanulta már, hogy kifizetődő az üzletembereknek hízelegni, mert a támogatásuk révén juthatnak előre a pályájukon. Így, ha a gazdaságot mint elvont gazdasági erők vezérelte rendszert írják le, azzal azt akarják mondani, hogy a gazdaság egyfajta erkölcsi vákuumban működik, ezáltal nem is érheti kritika az üzletemberek vezetői képességeit.

John Maynard Keynes: a mesemondó közgazdász

Dacára annak, hogy Kristol butaságnak tartotta a közvélemény-kutatásokat, a világtörténelem leghíresebb gazdasági prognózisai között mégis van jó néhány, amely lényegében az előrejelzés embereket érintő következmé-

nyeivel kapcsolatos narratívák és aggályok elemzésére épült. A cambridge-i közgazdász, John Maynard Keynes 1919-ben megjelent könyvében¹⁴ azt jósolta, hogy az I. világháborút lezáró versailles-i békeszerződésben Németországra kényszerített súlyos kompenzációk miatt eluralkodik majd az országon az elkeseredettség. Nem Keynes volt az egyetlen, aki a háború után ilyen jövőt jósolt. A pacifista Jane Addams kampányt indított, amelyben együttérzéséről biztosította a legyőzött németeket.¹⁵ Keynes azonban gazdasági tényekkel tudta igazolni állítását. Németország valóban képtelen volt teljesíteni a rá rótt kártérítési kötelezettségeket. Keynesnek igaza volt, amikor azt mondta, a fizetés kikényszerítése komoly veszélyekkel jár. Előre megmondta, hogyan értelmezik majd a németek a kártérítést és a békeszerződés vonatkozó záradékát, amely szerint Németország háborús bűnöket követett el. Keynes véleménye jól példázza, mi is az a narratív közgazdaságtan, hiszen arra összpontosít, hogyan értelmezik majd az emberek a versailles-i békeszerződés történetét az adott gazdasági körülmények között. Ráadásul Keynes véleménye egyben előrejelzés is volt, hiszen az 1919-es év külpolitikájának „olcsó melodráma” közepette ő egy közelgő háborúra figyelmeztetett:

Ha tudatosan Közép-Európa nyomorba döntésére törekszünk, akkor – merem állítani – nem marad majd el a bosszú sem. Akkor nagyon sokáig semmi sem odázhatja el a reakció erői és a forradalom kétségbeesett megrázkódtatásai közötti polgárháborút, amelynek fényében eltörpülnének az utóbbi évek német háborújának borzalmai, s amely, bárki legyen is a győztes, szét fogja rombolni nemzedékünk civilizációját és haladását.¹⁶

Keynesnek igaza lett: a II. világháború húsz évvel később a múltni nem akaró düh légkörében kezdődött meg, és 62 millió életet követelt. Figyelmeztetését közgazdaságtani tényekre alapozta, és a gazdasági viszonyok felmérésével támasztotta alá. Csakhogy Keynes nem a mai értelemben vett, tiszta közgazdaságtanról beszélt. A „bosszút” meg a „forradalom kétségbeesett megrázkódtatásait” emlegette, és morális nézőpontokkal teli narratívákra utalt, mélyebb értelmet adva a tetteinknek.