

Huck, Steffen

Article

Angst, Interessen und Moral: In der ökonomischen Theorie geht es öfter um die Wahrheit, als wir wahrhaben wollen

WZB-Mitteilungen: Quartalsheft für Sozialforschung

Provided in Cooperation with:

WZB Berlin Social Science Center

Suggested Citation: Huck, Steffen (2022) : Angst, Interessen und Moral: In der ökonomischen Theorie geht es öfter um die Wahrheit, als wir wahrhaben wollen, WZB-Mitteilungen: Quartalsheft für Sozialforschung, ISSN 2943-6613, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), Berlin, Iss. 178 (4/22), pp. 43-45,
<https://bibliothek.wzb.eu/artikel/2022/f-25176.pdf>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/327796>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Angst, Interessen und Moral

In der ökonomischen Theorie geht es öfter um die Wahrheit, als wir wahrhaben wollen

Vieles wäre einfacher, wenn immer klar wäre, was wahr ist. Die Unsicherheit darüber, was der Fall ist, muss konstruktiv bearbeitet werden, wenn soziales Miteinander gelingen soll. So hat die Wahrheitsfrage für Sozialwissenschaften und Verhaltensökonomie ganz praktische Relevanz.

Steffen Huck

Da für, dass Jemand die Wahrheit über Etwas kennt, braucht es dreierlei. Zunächst einmal ein Etwas, das im Prinzip auf verschiedene Weise beschaffen sein kann, denn ohne die Möglichkeit des Falschen ist der Begriff der Wahrheit überflüssig. Um über Wahrheit reden zu können, benötigen wir also ein Etwas, das auf eine gewisse Weise beschaffen ist, aber auch anders beschaffen sein könnte. Der Zustand der Unsicherheit muss denkbar sein, sonst erübrigt sich das Thema. Die Konfrontation mit der Unsicherheit (über die Beschaffenheit des Etwas) führt unmittelbar zur zweiten Voraussetzung der Wahrheitskenntnis: dem sicheren Glauben. Da das Etwas verschieden beschaffen sein kann, muss Jemand, dessen möglichen Zugang zur Wahrheit wir betrachten, grundsätzlich an verschiedene Konstellationen glauben können. Hier spiegelt sich die Unsicherheit über das Etwas: Glaubt Jemand stets dasselbe, erübrigt sich der Wahrheitsbegriff erneut. Der sichere Glaube darf mithin nicht a priori gegeben sein. Selbst wenn er richtig ist, also beinhaltet, dass das Etwas so beschaffen ist, wie es wirklich ist, lässt sich nicht davon reden, dass Jemand die Wahrheit kennt. Er glaubt nur zufällig das Richtige. Wäre

das Etwas anders beschaffen (was es schließlich sein kann), glaubte er noch dasselbe. Er erkennt die Wahrheit mithin nicht, was uns zur dritten Voraussetzung der Wahrheitskenntnis bringt: Sie muss auf Information (statt reinem Glauben) basieren, auf einer Offenbarung, so Gott will, ohne die Zweifel bleiben muss.

Jemand, der verschiedene Möglichkeiten sieht, aber Informationen sammeln kann, die ihm helfen, seinen Glauben zu schärfen: Diese kanonische Situation liegt im Herzen der modernen

„Die ökonomische Theorie zeigt die Fallstricke und mitunter Abgründe auf, die sich ergeben, wenn es in unserem Miteinander um die Wahrheit geht“

ökonomischen Theorie. Diese zeigt die Fallstricke und mitunter Abgründe auf, die sich ergeben, wenn es in unserem Miteinander um die

Steffen Huck ist Direktor der Abteilung Ökonomik des Wandels am WZB und Professor für Ökonomie am University College London.
steffen.huck@wzb.eu

Foto: © WZB/David Ausserhofer, alle Rechte vorbehalten.

Wahrheit geht. Dass unser Wohlergehen nicht immer nur von unserem eigenen Tun abhängt, sondern auch vom Verhalten anderer, verkompliziert den Umgang mit der Wahrheit, zumal andere manchmal bessere oder manchmal auch weniger gute Informationen haben als wir.

Forschung entlang dieser Linien hat in den letzten beiden Dekaden etwa jeden dritten Nobelpreis in den Wirtschaftswissenschaften gewonnen. Die Fragen, die sich die Ausgezeichneten gestellt haben, zeigen die praktische Relevanz des Wahrheitsbegriffs für die Sozialwissenschaften: Warum studieren wir? Wie verkaufen wir ein gebrauchtes Auto? Wie finanzieren wir Brücken und Schulen? Wie versichern wir uns am besten? Wann benötigen wir unsere Ersparnisse? Wie bieten wir am besten in Versteigerungen? Wie schreiben wir neue Panzer aus?

All diese Probleme entfallen oder werden trivial ohne die Offenheit der Wahrheitsfrage. Wenn der Arbeitgeber unsere Produktivität kennt, benötigen wir keinen Abschluss, der zeigt, wie toll wir sind. Wenn der mögliche Käufer unseres Autos all dessen Schwächen und Stärken sieht, müssen wir es nicht polieren. Wenn wir wissen, was ein Bürger bereit wäre für eine neue Brücke zu zahlen, können wir ihm den Betrag einfach abverlangen. Wenn die Krankenversicherung unser exaktes Risiko kennt, hören wir besser auf zu rauchen.

Die Beispiele lassen sich endlos verlängern, aber zwei Fragen bleiben: Ist die Wahrheit je

erfassbar? Und was ist in Situationen, in denen sie es nicht ist? Die Antwort auf die erste Frage ist ein klares Ja. Wenn die Offenbarung kommt, gibt es keine Zweifel mehr. Wenn der Lungenkrebs mal da ist, weiß auch die Versicherung

„Ist die Wahrheit je
erfassbar? Und was ist in
Situationen, in denen sie
es nicht ist?“

Bescheid. Interessanter ist die zweite Frage, denn jenseits göttlicher Offenbarung (ob in Form eines Röntgenbilds oder eines brennenden Buschs) bleibt die Wahrheit am Ende oft sehr lange Zeit versteckt.

Brisant kann es dabei bei den sogenannten Informationskaskaden werden, in denen wir von den Handlungen anderer über das Etwas lernen können. Cancellt die Aktion eines anderen dabei die eigene Information, weil sie mindestens ebenso viel Information beinhaltet wie die vorab erhaltene eigene, kopieren wir einfach das Verhalten des anderen, und die eigene Information geht verloren, da wir unabhängig von ihr handeln. Die Gesellschaft hört auf zu lernen, alle machen dasselbe. Die Wahrheit kommt erst ans Licht, wenn es zu spät ist. Dabei hätte eine effiziente Aggregation des gesellschaftlichen Wissens wenigstens zu einer Annäherung an die Wahrheit geführt.

Noch schlimmer kann es werden, wenn Koordinationsaspekte eine Rolle spielen, wenn also die eine lieber das tun will, was der andere tut – zum Beispiel, wenn sich Investitionen nur dann lohnen, wenn auch andere investieren. So können nicht nur Verhaltenskaskaden entstehen, sondern regelrechte Verhaltenslawinen, die zu einem ökonomischen Meltdown führen können: Investoren entscheiden nacheinander,

„Es ist die rationale Angst,
die den Absturz verursachen kann, wenn auch alle
anderen Angst haben“

und so lange es gut geht, geht es gut. Aber je mehr Zeit im Aufschwung verstreicht, desto größer wird die Wahrscheinlichkeit, dass ein

anderer Investor eine (womöglich durchaus falsche) Information erhält, die darauf hindeutet, dass sich das Investieren nicht mehr lohnt. Im Lauf der Zeit werden so selbst diejenigen, die immer nur Aufschwung beobachtet haben und aufgrund ihrer eigenen Information allen Grund zum Optimismus hätten, sich möglicherweise dafür entscheiden, nicht mehr weiter zu investieren. Und dadurch trotz bester wahrer Bedingungen eine tiefe Rezession verursachen. Es ist die rationale Angst, die den Absturz verursachen kann, wenn auch alle anderen Angst haben – die Angst vor einer Wahrheit, die sich versteckt ... Es ist in diesem Fall, um Franklin D. Roosevelt zu paraphrasieren, die Angst vor der Angst, die sich schlussendlich selbst rechtfertigt.

Aber können Entscheider nicht, bevor sie handeln, miteinander reden, um die fatalen Folgen der Unsicherheit zu vermeiden? Auch diese Frage ist Gegenstand der ökonomischen Theorie. Eine Grunderkenntnis ist dabei die, dass

der Wahrheitsfindung durch divergierende Interessen Grenzen gesetzt sind. Profitiert der eine davon, dass der andere eher an die eine Möglichkeit als an die andere glaubt, wird die Lüge geboren, und aus News werden schnell Fake News. Denn warum sollte ich Jemandem sagen, wie ich denke, dass es wirklich ist, wenn ich davon profitiere, wenn sie glaubt, dass es anders ist?

Die experimentelle Wirtschaftsforschung hat freilich gezeigt, dass viele Menschen davor zurückscheuen zu lügen, selbst wenn es in ihrem ureigenen Interesse ist. Ihre moralischen Vorstellungen halten sie davon ab. Oftmals ermöglicht nur die Moral des Einzelnen die Wahrheitsfindung des Kollektivs – das haben in jüngster Vergangenheit Whistleblower wie Chelsea Manning oder die #MeToo-Bewegung eindrücklich gezeigt.

Offenbarungen, die uns die Wahrheit zeigen, müssen nicht unbedingt göttlich sein. ●