

Hoe sterker het belang van communiceren benadrukt wordt, des te lastiger is het om iets te zeggen. Dat is de centrale boodschap van dit proefschrift dat bestudeert hoe presidenten van centrale banken in normale tijden en in tijden van crisis spreken. Sinds de jaren negentig van de twintigste eeuw is voor centrale banken de communicatie een instrument om het monetaire beleid effectiever te maken. De achterliggende veronderstelling is dat centrale banken en het door hen gevoerde monetaire beleid transparant worden gemaakt en dat het publiek geïnformeerd zal handelen.

Het problematische van deze veronderstelling begint bij transparantie. Transparantie is in veel opzichten een illusie, want hoewel het begrip anders suggereert, is het niet echt duidelijk wat het inhoudt. Academici en beleidsmakers zijn het niet eens over de invulling van het begrip, noch over de wijze waarop het gerealiseerd kan worden. Betekent transparantie bijvoorbeeld dat de complexiteit van situaties tot uitdrukking komt, of houdt het in dat de zaken zo eenvoudig worden voorgesteld dat iedereen ze kan begrijpen? In dit proefschrift wordt duidelijk dat communicatie die transparant wordt genoemd vooral op een geënceneerde wijze transparant is. Transparant zijn betekent dan dat het publiek vertrouwd raakt met deze encenering. Dat gebeurt door te communiceren op vastgelegde tijdstippen, volgens bepaalde regels, en met steeds terugkerende woorden. Dit 'transparant zijn' betekent dus niet dat er openheid van zaken gegeven wordt. Presidenten van centrale banken mogen niet te veel zeggen; hun versprekingen laten zien dat openheid een prijs kent. De vraag is wat wel een adequaat begrip is om de communicatie van bankpresidenten te begrijpen. Het alternatief dat in dit proefschrift wordt geboden is dat van het spel. Op basis van het werk van de filosoof Michel Foucault wordt gezocht naar regels in de communicatie van centrale banken. Communicatie genereert effecten, en communiceren volgens de regels van het spel betekent nog niet dat de uitkomst vast ligt. Net als bijvoorbeeld bij voetbal is de uitkomst van het spel afhankelijk van de kwaliteit en interactie tussen de spelers. Maar in tegenstelling tot bij voetbal speelt het publiek een belangrijke rol als het gaat om het bepalen van de uitkomsten van communicatie van centrale banken. Als het publiek niet handelt conform de woorden van de centrale banken, dan staan deze instellingen vaak machteloos.

Deze afhankelijkheid van het publiek manifesteert zich nadrukkelijk als het spreken in normale tijden



Noordegraaf-Eelens, L. (2010) *Contested communication: a critical analysis of central bank speech*. Proefschrift. Rotterdam: Erasmus Universiteit Rotterdam.

vergeleken wordt met het spreken in crisistijd. Op het eerste gezicht lijken de presidenten van centrale banken meer aan het woord in tijden van crisis: ze verschijnen vaker op de televisie, en in kranten worden ze regelmatig genoemd. Maar media-analyse toont dat het aandeel van centrale banken in het debat relatief beperkt blijft. In tijden van crisis zijn er veel partijen aan het woord, en tegen al deze partijen moet een bankpresident zich verweren als hij wil dat de boodschap van de centrale bank overgenomen wordt. In tijden van crisis kan een centrale bank niet zonder meer rekenen op de steun van een publiek. Hun autoriteit, en daarmee hun woorden, worden ter discussie gesteld. De centrale bank was immers niet in staat om de crisis

te voorkomen, waarom zou men wel luisteren naar oplossingen voor de crisis? Deze vraag speelt zowel bij het professionele publiek als bij een lekenpubliek. In deze situatie is het lastig voor een bankpresident om te spreken en te zwijgen: alles wat hij wel of niet zegt kan tegen hem gebruikt worden.

Op basis van het onderzoek dient de oorspronkelijke veronderstelling, namelijk dat communicatie een middel is om het monetaire beleid effectiever te maken, sterk gerelativeerd te worden. De macht zit niet zozeer bij de president van de centrale bank, als wel in de relatie met een publiek. In normale tijden wordt de macht gekanaliseerd door de regels van het spel. Bankpresidenten spreken dan met name tot een professioneel publiek. In tijden van crisis komt alles wat zij zeggen ter discussie te staan, hun woorden worden gedeconstrueerd. Presidenten van centrale banken zoeken naar publiek dat zich laat overtuigen en vertegenwoordigen. Communicatie is erop gericht om relaties tussen centrale banken en publiek te reconstrueren. Dat laatste leert ons dat bankpresidenten ook in normale tijden relaties zullen moeten onderhouden met meerdere soorten publiek, zelfs als een professioneel publiek voldoende lijkt voor een effectief monetair beleid. Gegeven de dreiging van crisis zullen de presidenten van centrale banken redundantie moeten organiseren. In normale tijden zonder crisis moeten zij door te communiceren krediet opbouwen waarop zij in tijden van crisis kunnen teren.

**LIESBETH NOORDEGRAAF-EELENS**

Universitair docent aan de Erasmus Universiteit Rotterdam