



## Geestdrift

Ik ben jaloers. Met afgunst kijk ik naar de psychologen in Nederland. Ze hebben net het boek *Geestdrift, wat cognitiewetenschappers bezielt* uitgebracht. Preciezer, ze hebben NWO dat boekje laten uitbrengen om zo reclame voor hun onderzoeksprogramma Cognitie te maken. Het enthousiasme spat ervan af. Wat leuk, wat fascinerend, verre horizonten, onverkende territoria, goudpotten in het verschiet. Daar wil ik zijn! Daar moet ik bij zijn! En wat stellen wij, economen, daar tegenover? De G20-top in Toronto. Kiezen tussen bezuinigen of investeren; Keynes versus Friedman. Ouwe koek. *The dismal science*, economen als dienstmaagden, noeste werkers binnen de wetenschap. Nut in plaats van fascinatie, en zelfs dat nut is misschien wel negatief. Wie kan daar nou enthousiast over worden? Net als de wereldleiders in Toronto, lijken de Nederlandse economen hopeloos verdeeld. Zouden zij het ooit voor elkaar krijgen om gezamenlijk zo'n boekje uit te brengen?

Er zijn twee cruciale verschillen tussen de Nederlandse, academische economen en hun landgenoten uit de psychologie. Ten eerste, hoe goed de tweede groep georganiseerd is, en hoe gemakkelijk zij zich achter het gezamenlijk belang scharen. Ze hebben het gevangenendilemma en de logica van collectieve actie veel beter begrepen. Ten tweede hun grotere afstand tot het beleid, zonder dat zij daarbij de praktische relevantie uit het oog verliezen. Die hoeft ook niet aangevoeld te worden. Het is iedereen automatisch duidelijk dat een beter begrip van ons brein, van onszelf, gewenst is en uiteindelijk tot een betere wereld zal leiden. Jan met de Pet weet best wel dat er niets praktischer is dan een goede theorie, maar hij ziet die bij de economen niet, daarvoor zitten ze te dicht op het beleid. Uiteindelijk schiet onze marketing tekort, ook richting de onderzoeksfinanciers.

De cijfers van VSNU en NWO laten het verschil in effectiviteit duidelijk zien. Qua studentenaantallen zijn er geen grote verschillen tussen Economie en Bedrijfskunde aan de ene kant, en Gedrag en Maatschappij aan de andere; de verhouding is 3:4. Bij de onderzoekers betaald uit de eerste of derde geldstroom is de verhouding al schever: 1:2. Het verschil wordt echter pas echt duidelijk bij de tweede geldstroom, daar is de verhouding 1:5. De psychologie houdt ons een spiegel voor. Als we alleen Gedrag en Economie zouden vergelijken, zou het beeld nog scherper zijn en de verhouding nog schever, maar op dat niveau zijn de cijfers niet beschikbaar. Zij doen het beter dan wij.

Ze zijn beter georganiseerd en weten hun onderzoek beter te verkopen. Misschien zijn ze vaak gewoon beter dan wij. Wie zouden economen als de vijftien besten jonger dan veertig naar voren schuiven? Wie heeft grensverleggend onderzoek gedaan? In ieder geval moet onze marketing beter. Wij komen niet verder dan ranglijsten. Talent zoekt uitdagingen; als wij niet duidelijk kunnen maken hoe fascinerend ons onderzoek is, zullen we de slag om talent van de psychologen verliezen en ten onder gaan.

Gelukkig is het ook voor ons eenvoudig om te laten zien hoe boeiend economie is. Wij kunnen toveren, wij maken meer uit minder. Neem de woningmarkt. Het rapport van de brede heroverwegingswerkgroep Wonen van april 2010 laat zien dat de overheid door 5,5 miljard euro op de uitgaven te bezuinigen een welvaarts-winst van acht miljard kan genereren. Als dat geen toveren is, wat dan wel? Een onderzoekend brein wil toch weten hoe dat zit? Hoe kan dat? Hoe werkt dat? En als dit mechanisme op de woningmarkt al zo goed werkt, hoe ver kun je dan in totaal komen?

Een tweede voorbeeld is Google. Behalve zon, regen en lucht zijn er weinig dingen in het leven die zo veel nut opleveren en toch gratis zijn. De zon gaat voor niets op, maar zij is wel verlieslatend en zal uiteindelijk failliet gaan. Google is zeer winstgevend. Google maakt al zijn winst op tien procent van de transacties, juist omdat negentig procent gratis is. Gloort hier een nieuwe Pareto-regel? En hoe werkt dat dan? Dat wil je toch gewoon weten?

Economen weten dat dingen aan de marge beslist worden. Met ruime marge zijn onze psychologen beter georganiseerd. Wij lijken te denken dat markten vanzelf werken en dat goede wijn geen krans behoeft. Ieder voor zich, en Adam Smith voor ons allen. Als we dat geloven, dan hebben we enkele basisprincipes van onze eigen wetenschap toch niet zo heel goed begrepen.