

De waarde van wetenschap

REPORTAGE

NU DE WETENSCHAP ZICH STEEDS MEER MOET BEWIJZEN IS 'VALORISATIE', HET MAATSCHAPPELIJK BENUTTEN VAN KENNIS, HET TOVERWOORD. SOCIOLOGEN AAN DE RIJSUNIVERSITEIT GRONINGEN WETEN ER WEL RAAD MEE, ZO BLIJKT. AL KLINKEN ER OOK KRITISCHE GELUIDEN.

tekst JURRE VAN DEN BERG

V OOR GIJS HUI TSING IS HET een vanzelfsprekendheid: "Voor mij hoort dit gewoon bij mijn onderzoek." Huitsing, socioloog, doet aan de Rijksuniversiteit Groningen promotieonderzoek naar pesten. Daarnaast is hij een drijvende kracht achter Sociaal Netwerkadvis, een dienst aan scholen waarmee de sociale structuur van een klas in kaart wordt gebracht. "Wij willen onze kennis van de groepsprocessen achter pesten benutten om leerkrachten meer inzicht te geven in de staat van hun klas", aldus Huitsing. Op basis van door leerlingen online ingevulde vragenlijsten maakt Huitsings onderzoeksgroep een rapport voor de leerkracht. Zo moet aan het licht komen hoe een klas sociaal gezien in elkaar zit. Dit biedt aanknopingspunten om pestproblemen op te lossen. Huitsing: "Het is mooi als je scholen kunt helpen."

Sociaal Netwerkadvis staat niet op zichzelf. Terwijl de academie ooit gold als een bastion van gezag, lijkt wetenschappelijk onderzoek niet langer verzekerd van maatschappelijke legitimatie en wordt het nut van wetenschap vaker betwist. Bovendien dreigt de 'eerste geldstroom', direct afkomstig van het ministerie, snel op te drogen. Bij de toekenning van onderzoeksgelden en de beoordeling van wetenschap-

pelijk onderzoek wordt maatschappelijke relevantie een steeds belangrijker criterium. Kennisinstellingen reageren hierop met allerhande initiatieven die moeten bijdragen aan wat 'kennisvalorisatie' wordt genoemd: de poging 'kennis beschikbaar en geschikt te maken en toe te passen in nieuwe producten, processen en diensten'. Zo werd het gedefinieerd in de Valorisatie-agenda die in 2008 werd opgesteld door het Innovatieplatform, een brede coalitie van onder meer het ministerie, de Koninklijke Nederlandse Academie voor Wetenschappen (KNAW), de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO) en de Vereniging voor Nederlandse Universiteiten (VSNU).

ONDERNEMER

Hoewel het Innovatieplatform inmiddels ter ziele is, lijkt de doelstelling van de coalitie - 'het stimuleren en creëren van ontmoetings- en marktplaatsen tussen de werelden van onderzoek, onderwijs, bedrijfsleven en maatschappelijke sectoren met als doel de benutting van kennis in het maatschappelijk en economisch verkeer' - onverminderd actueel. Maatschappelijke impact is volgens KNAW, NWO en VSNU zelfs een kwaliteitsindicator voor goede wetenschap. Onderzoeksfinancier NWO

vraagt tegenwoordig bij onderzoeksvoorstellen (Onderzoekstalent, Veni, Vidi, Vici) aan te geven hoe 'het beoogde resultaat toepasbaar is buiten het desbetreffende vakgebied' en of er 'gedegen plannen [zijn] gemaakt voor kennisdisseminatie'. Bij onderzoek dat zich niet leent voor kennisbenutting wordt aan de onderzoeker gevraagd daarover verantwoording af te leggen.

De heersende gedachte is: valoriseren kun je leren. Daarom wordt er sinds 2009 een Dag van de Valorisatie georganiseerd. Tijdens die dag komen 'de verschillende spelers uit het veld' bijeen om 'van gedachten te wisselen over het onderwerp om van daaruit gezamenlijk stappen vooruit te zetten'. Ook wordt op de Dag de Meest Ondernemende Wetenschapper van Nederland gekozen. De organisatie van het evenement is in handen van het commerciële bureau Science Alliance. Want valoriseren heeft een sterk economische ondertoon: hoe kun je geld verdienen met wetenschappelijk onderzoek?

Het is daarom niet verwonderlijk dat kennisvalorisatie voorheen hoofdzakelijk werd geassocieerd met technische en medische wetenschappen. Innovaties vinden immers snel hun (economische) toepassing in de industrie en laboratoriumonderzoek draagt bij aan de ontwikkeling

van nieuwe medicijnen. Maar inmiddels heeft de valorisatiegedachte ook de alfa- en gammawetenschappen bereikt. Deze wetenschappen kunnen bijvoorbeeld een rol spelen bij het oplossen van maatschappelijke problemen, aldus de VSNU-rapportage *Onderzoek van waarde*.

HORIGHEID

Ook de Nederlandse Sociologische Vereniging (NSV) onderkent het belang van valorisatie. In het recente pleidooi *Naar een evenwichtige kwaliteitsbeoordeling van sociologisch onderzoek* zet de beroepsvereniging ook in op maatschappelijke relevantie. Met twee kanttekeningen. Ten eerste moeten de valorisatiepijlen niet alleen gericht worden op instrumentele kennis. Ook fundamentele, niet direct toepasbare kennis is waardevol voor de samenleving, volgens de NSV. Deze kennis brengt mensen namelijk 'tot inzichten over zichzelf, over de medemens en over de wereld'. Daarnaast bekritiseert de NSV het 'eenrichtingsdenken': in de wetenschap zouden dingen worden bedacht, die vervolgens in de samenleving worden toegepast. Volgens de NSV komt waardevolle kennis juist door 'productieve interacties' tussen wetenschap en samenleving tot stand.

Ook Ewald Engelen, hoogleraar Financiële Geografie aan de Universiteit van Amsterdam, staat kritisch tegenover de manier waarop er over valorisatie wordt gesproken. In een column in *Folia* trekt hij fel van leer. 'Als de leiding ons bij elkaar roept voor een kringgesprek of zoiets doe je er goed aan om om de zoveel zinnen het woord 'valorisatie' of 'valorisering' of 'valorideur' te laten vallen', schertst hij. En: 'We hebben de laatste weken ook steeds vaker 'valorisatieles'. Dan komt er zo'n externe neuzelaar die ons voor een hoog uurbedrag komt uitleggen dat de weg naar genezing van onze ziektes en zondes bestaat uit meer en betere 'valorisatie'.

"Het discours is vreselijk, maar het gaat mij vooral om de smalle opvatting van valorisatie", reageert Engelen desgevraagd. Valorisatie wordt volgens hem te eenzijdig geïnterpreteerd als opdrachtonderzoek. Voor een kritische bijdrage aan het publieke debat lijkt geen ruimte. Zodoende reproduceert het valorisatiestreven volgens Engelen "wetenschappelijke horigheid aan *the powers that are*, in plaats van dat het een premie zet op schenenschopperij of publiek intellectualisme."



Engelen verwijst in dit verband naar het werk van Michael Burawoy, hoogleraar Sociologie aan de universiteit van Berkeley. Burawoy pleit voor veelzijdige sociologie, waarin vier functies op elkaar betrokken zouden moeten worden: professionele sociologie (sociologie voor vakgenoten in vaktijdschriften), beleidsociologie (sociologie voor beleidsmakers), publieke sociologie (sociologie voor 'gewone mensen') en kritische sociologie (sociologische zelfkritiek). Waar Burawoy constateert dat de professionele sociologie de andere drie functies overschaduw, vreest Engelen dat de valorisatieagenda de publieke en kritische sociologie in het geding brengt.

MEERWAARDE

Ondanks deze kritische geluiden ontluiken er de laatste tijd steeds meer initiatieven om sociologische kennis maatschappelijke betekenis te geven. Vooral aan de Rijksuniversiteit Groningen lijkt men er wel raad mee te weten. Zo werd onlangs het onderzoeks- en adviesbureau SocioQuest opgericht. SocioQuest, verbonden aan de vakgroep Sociologie, heeft de opdracht sociologische kennis praktisch toe te passen. Theo van der Zee geeft leiding aan deze onderneming.

"Het afdelingsbestuur wilde de bestaande tak voor praktijkonderzoek nieuw leven inblazen, omdat maatschappelijke relevantie een grotere rol gaat spelen →

**De heersende
gedachte is:
*valoriseren
kun je leren.***

in de evaluatie van het onderzoek”, zo schetst Van der Zee de aanleiding voor de oprichting van SocioQuest. Het bureau wil de maatschappelijke relevantie van de eigen onderzoekslijnen zichtbaar maken en de kennis vertalen naar diensten voor opdrachtgevers. SocioQuest richt zich bijvoorbeeld op onderwerpen als cliëntenervaringen in de zorg en het sociale klimaat in wijken, organisaties en klassen.

Van der Zee maakte een rondje langs alle onderzoekers om na te gaan waar ze mee bezig waren en “wat we daarmee zouden kunnen”. Hij vond diverse aanknopingspunten in onderzoek dat direct meerwaarde voor de samenleving zou kunnen hebben, zoals het pestonderzoek van Gijs Huitsing. Daarnaast kreeg Van der Zee het idee dat meer geavanceerde onderzoeksmethoden zoals netwerk- en *multi-level*-analyse van toegevoegde waarde zouden kunnen zijn voor de praktijk. “Voor sociologen geen *rocket science*, maar bij veel onderzoek, zoals onderzoek naar ervaringen van cliënten en medewerkers, gaat men vaak niet verder dan rechte tellingen. Dit levert dan niet zelden een brij aan informatie op waarvan de betekenis niet duidelijk is. Door enkele slimme analyses en het samen met opdrachtgevers interpreteren van onderzoeksuitkomsten heeft het onderzoek echt een meerwaarde.”

OPDRACHTGEVER

Om deze potentie kracht bij te zetten was een nieuw merk nodig. Het was wel even zoeken naar een vorm om te kunnen manoeuvreren. Van der Zee: “Er moest een aanspreekpunt zijn voor opdrachtgevers. Een loket naar buiten toe, maar wel een zelfstandige rechtspersoon die zich op termijn zelf moet zien te bedruipen.” Zo staat Van der Zee met SocioQuest met één been in de vakgroep en met één been in de maatschappij. “We moeten iets doen waar vraag naar is, maar wat ook aansluit bij de kennis die wij hebben.” De opdrachtgever staat daarbij centraal volgens Van der Zee. “Ik zie het niet als mijn taak om nieuwe wetenschappelijke kennis te genereren. Wij willen de kennis die er al is benutten om concrete problemen in de praktijk tegen te gaan, laten zien wat de meerwaarde van die kennis is. We zijn een schakel tussen wetenschap en praktijk.”

Hiervoor is vaak input nodig van stafmedewerkers, bijvoorbeeld om een



“Als je niemand uit kunt leggen waar je het voor doet, waarom doe je het dan?”

ingewikkeld onderzoeksprobleem op te lossen. Hoe krijg je wetenschappers zo ver om een bijdrage te leveren? Van der Zee: “Het verschilt van medewerker tot medewerker of daar belangstelling voor is. Er moet wel iets aan vast zitten wat een stafmedewerker *triggert* om bij te dragen.” Dat kan van alles zijn. Bijvoorbeeld aandacht in de pers, input voor eigen onderzoek of een gevoelde verantwoordelijkheid om kennis toepasbaar te maken. Bovendien is het voor de afdeling als geheel van belang om maatschappelijke relevantie tentoon te spreiden. “Maar misschien wordt op termijn het bijdragen aan valorisatie ook een eis die aan individuele onderzoekers gesteld wordt”, filosofeert Van der Zee.

WISSELWERKING

SocioQuest probeert valorisatie te ondersteunen. Gijs Huitsing deed er zijn voordeel mee. “In het begin kostte Sociaal Netwerkadvis veel tijd. We gebruikten papieren vragenlijsten, ik zat alles handmatig in te voeren en zelf zo’n rapport te schrijven. Totdat Theo zei: dat moet veel vlotter kunnen. Middels online vragenlijsten met slimme koppelingen rolt er via een generator nu zó een rapport uit.”

Levert al dat valoriseren ook nog wat op? Huitsing: “Scholen betalen tweehonderd euro per rapport, maar daar maken we geen winst op. Je zou daar op termijn aan kunnen denken, maar zo’n vaart zal het niet snel lopen.” Toch is van eenrichtingsverkeer geen sprake. “Het levert data op, maar vooral praktijkvoorbeelden en feedback van scholen. Het is echt een wisselwerking. Dit is volgens mij ook het doel van valorisatie, dat je niet alleen geeft maar ook iets terugkrijgt.”

Huitsing blijft ook zoeken naar andere manieren om naar buiten te treden. Zo is hij sinds kort actief op Twitter. “Ik volg bijvoorbeeld Kamerleden die met pesten bezig zijn en stuur ze *tweets*. De lijntjes zijn zo kort geworden.” Huitsing wil vooral misverstanden over pesten rechtzetten. “Ik hoef niet per se met mijn kop op tv – zolang er maar geen onzinnigheden worden beweerd.” Hij erkent dat pesten een onderwerp is dat zich bij uitstek leent voor valorisatie. Maar ook bij andere onderwerpen zou hij willen weten: wat kunnen we hier mee? “Als je niemand uit kunt leggen waar je het voor doet, waarom doe je het dan?” ✘