

Als de zon schijnt

Ferry Koster

Te verschijnen in Mens en Maatschappij #3, 2016.

Met de zomer voor de deur vraag ik me opeens af of dat eigenlijk wel samengaat: sociologen en de zon. Want, zijn die sociologen zelf wel een beetje zonnige types en hoe zonnig staat de sociologie er zelf voor?

In inleidingen van de sociologie wordt het verschil tussen economie en sociologie vaak aangegeven met een verwijzing naar de uitspraak die James Duesenberry's in 1960 deed. Hij beweerde dat economen zich richten op de keuzes die mensen maken en sociologen laten zien dat mensen geen keuzes hebben. Kortom, we hebben het hier niet over de kwestie van een halfleeg of een halfvol glas, maar van wel of geen glas. Nu hebben de twee disciplines zich na die uitspraak van Duesenberry enorm ontwikkeld en zijn delen ervan naar elkaar toegegroeid. Hierdoor kan het enigszins karikaturale onderscheid intussen bijgesteld worden. Dat neemt niet weg dat keuzevrijheid bij economen het uitgangspunt is, terwijl sociologen vaak laten zien waarom mensen ondanks die vrijheid vaak niet in staat zijn hun doelen te bereiken. Trek dit door en al snel heb je het beeld van een enthousiast kwispelende puppy waarbij alles kan ("de" econoom) versus een ietwat sikkeneurige persoon – die verdacht veel lijkt op het internetfenomeen "grumpy cat" – die er hoofdschuddend naast zit ("de" socioloog). Niet bepaald het zonnetje in huis dus.

Uiteraard is dat een overtrokken beeld. Toch zijn er genoeg sociologen die de neiging hebben een bewering aan te horen en vervolgens te reageren dat het zo niet in elkaar zit, of misschien wel een beetje maar niet altijd, of dat het vooral heel veel ingewikkelder is dan wordt voorgesteld. Hoewel ze daar vaak gelijk in hebben, is het zonde het daarbij te laten. Want, wat is kritiek waard zonder een opbouwend alternatief te bieden?

Dat neemt niet weg dat voorbeelden te over zijn waaruit blijkt dat sociologen hier juist een belangrijke rol kunnen spelen. Op het hoogtepunt van de financiële crisis sprak ik een Brusselse beleidsmaker. Zijn analyse van wat er was misgegaan in de Europese Unie was duidelijk. Het hele idee van een op basis van vrijwilligheid functionerende EU kon volgens deze econoom alleen maar door economen bedacht zijn. Het was zijn stellige overtuiging dat sociologen en andere sociaalwetenschappers veel beter doordachte mechanismen hadden ingebouwd die frauduleus gedrag (zoals het verkeerd voorstellen van de financiële situatie door de Grieken) hadden kunnen tegengaan dan waarop de Unie nu was gebouwd. Hij verzekerde mij dat de EU er compleet anders had uitgezien als het door sociologen was ontworpen. Wellicht, dacht ik. Wat dit in ieder geval onderstreepte was dat sociologen misschien wat onweer hadden kunnen voorkomen. En, met de recente ontwikkelingen in het Verenigd Koninkrijk en de roep om meer "exits" in het achterhoofd, rijst zelfs de vraag of zo'n Unie wellicht meer publieke steun zou krijgen.

Van dit voorbeeld komen we al snel op het hele gebied dat zich "gedragseconomie" noemt. Als je mij vraagt waar dat in de kern om draait, dan is dat niks anders dan het incorporeren van ideeën uit de sociologie en psychologie in economische modellen of

het toepassen van die inzichten op marktsituaties. Kortom, iets dat economisch-psychologen en –sociologen al jaren doen, maar pas de afgelopen jaren pas echt vaste voet heeft gekregen binnen de “main stream”-economie. Of zoals Daniel Kahneman in interviews ook opmerkt: het komt vaak voor dat sociaal- en organisatiepsychologen gedragseconomen worden genoemd. Het schijnt overigens dat er een hele goede reden is dat het toch geen psychologie of sociologie wordt genoemd. De term gedragseconomie blijkt nou een keer beter te verkopen. Organisatiepsycholoog Adam Grant schrijft hier bijvoorbeeld over dat hij bij lezingen ook geregeld wordt geïntroduceerd als gedragseconoom. De keer dat hij dat probeerde recht te zetten kreeg hij als reactie: “Your work sounds cooler if I call you a behavioral economist.”

Als het met de beeldvorming van organisatiepsychologen zo is gesteld, dan zal het met sociologen wel niet beter zijn gesteld. De les voor die economisch-psychologen en –sociologen lijkt mij overigens duidelijk: het is een kwestie van de juiste termen gebruiken en het grote publiek ligt blijkbaar aan je voeten. Het grote publiek doet dat al een tijdje. Nu is de opkomst van de e-reader een feest voor iedereen die grote hoeveelheden boeken mee wil nemen op vakantie; het nadeel voor de nieuwsgierige vakantieganger is wel dat minder goed is te zien welk leesvoer mensen hebben meegenomen naar het strand. Als we echter afgaan op het aanbod in de boekhandels op vliegvelden, lijkt er nogal wat sociaalwetenschappelijke literatuur doorheen te gaan. Vooral als we de hele gedragseconomie daar voor het gemak ook even onder scharen. Waar het gaat om de meer economisch-psychologische literatuur staan de schappen vol met Kahneman, Ariely en Thaleb. Een deel van het publiek zal die werken gelezen ter lering, maar mijn vermoeden is dat ze op die hagelwitte stranden ook met plezier worden gelezen.

Voor sociologen in de dop is er natuurlijk het werk van Gladwell. Voor een groot deel behandelen zijn boeken het belang van sociale structuren en context, bijvoorbeeld door zich te richten op netwerken (The Tipping Point), het belang van omgeving (Outliers) en de invloed van groepsgrootte (David and Goliath). Ook al is hij hier en daar ietwat pompeus en kort door de bocht, hij schrijft enorm spannend en met veel enthousiasme over deze onderwerpen. Gezien Gladwell's succes kan het ook niet anders dan dat enorm veel mensen deze boeken met groot plezier tot zich nemen en zo dus het nodige leren over wat sociologen eigenlijk doen.

Het succes van deze auteurs is ongekend. Toch kan geen van hen zeggen dat hun theorie de basis vormt voor een tv-programma, tot de titel aan toe. Nog niet, in ieder geval. Wat dat betreft heeft NET5 de primeur. Daar wordt sinds kort “De wereld rond in 6 stappen” uitgezonden. Voor een groot deel is het in lijn met het “small world experiment”. In elke aflevering worden twee bekende Nederlanders ergens op een verlaten plek op de wereld gedropt met de opdracht een veel bekendere internationale artiest te zoeken. Zo moeten Bridget Maasland en Patty Brard vanuit een verlaten dorp in Japan in zes stappen bij Andrea Bocelli zien te komen. Dus, in dit geval moeten personen van de ene plaats naar de andere worden gebracht en gaat het niet om brieven die steeds worden doorgestuurd. De strategieën en overwegingen van de deelnemers worden gevolgd. Om iets te noemen: sommigen kiezen ervoor vanuit het vertrekpunt te starten en te kijken hoe snel ze in de buurt van hun doelwit kunnen komen en anderen redeneren vanuit het doelwit en hoe dat het beste te bereiken.

En, ja, het is allemaal televisie, dus er zal flink gemanipuleerd worden. Toch komt het programma redelijk waarheidsgetrouw over. Van tijd tot tijd levert het fascinerende scènes op. Het is vooral verbluffend te zien met welke snelheid de deelnemers over de wereld trekken door de connecties van connecties. Het blijkt bepaalde BNN'ers daadwerkelijk te lukken in contact te komen met die supersterren. Dat levert op zichzelf overigens weer heel vreemde televisie op als onze sterren plotseling verbleken in het licht van die sterren van wereldformaat. Los daarvan levert elke aflevering een prima illustratie op van het idee dat de wereld een "small world" is. Dat we in zo'n kleine wereld leven wordt niet alleen bezongen in de Disney show, maar het heeft ook tot een groot aantal boeken geleid die op menig vliegveld te vinden zijn. Denk aan Linked van Barabasi en Six Degrees van Duncan Watts. Absolute aanraders voor iedereen die door het TV-programma interesse hebben gekregen in de theoretische achtergrond van dat fenomeen.

Met andere woorden, sociologen en de zon? Het is lang geen slechte combinatie. Hoewel het beeld soms de overhand heeft dat sociologen iets weg hebben van een typische Hollandse zomer (die vooral uit weeralarmen lijkt te bestaan), is er ook genoeg reden voor een zonnige sociologie. Het blijkt een bron van vermaak die de potentie heeft de wereld een stukje zonniger te maken. Een prettige zomer toegewenst. Dat deze maar lang mag duren.