

# Lezersreactie

## Academisch kapitalisme: een kwestie van goede afspraken en contracten of een hellend vlak

In het artikel van Sijbolt Noorda 'De professor te koop. Academisch kapitalisme op z'n Amerikaans' (*ABG* # 79, pp. 3-5) komt niet duidelijk naar voren dat wij in Nederland ook hard aan de weg timmeren met het academisch kapitalisme.

De nieuwe leuze van de afdeling waar ik werk is voor 2010: 'Do good, have fun, make money'. Daar moet ik wel bij zeggen dat ik niet werkzaam ben in management consultancy of in een flitsende multinational, maar gewoon op een medische academische afdeling van een Nederlandse universiteit!

In het kader van de pandemie van het Amerikaanse corporatieve management-model moeten wij niet alleen een leuze hebben, maar ook een 'mission statement' en een 'vision statement' ontwikkelen. Dat mij nooit duidelijk is geworden wat nu precies het verschil is tussen een 'mission' en een 'vision' statement toont een ernstig gebrek aan corporatief gevoel, misschien zelfs een gebrek aan 'team spirit'. Maar ik heb me laten vertellen dat je het ene op je T-shirt zou kunnen schrijven (of was dat nu juist de leuze?), terwijl het andere vele maanden

Onderlinge concurrentie maakt alles goedkoper. *Greed is good*. De nieuwe helden van het wetenschappelijk onderzoek zijn, zoals Noorda betoogt, niet meer de wetenschappers die de ideeën bedenken en uitwerken, maar de ondernemers die ze goed weten te verkopen. Het is daarbij niet belangrijk of de ideeën ook kloppen, als ze maar goed te verkopen zijn. Ook binnen de universiteiten spreekt men zich steeds minder uit tegen belangenverstrengeling. Een vooraanstaand gezondheidsondernemer beweerde laatst tijdens een radioprogramma dat hij niet beschuldigd kon worden van belangenverstrengeling omdat hij advies geeft aan zoveel privébedrijven – blijkbaar heffen de verstrengelingen zich dan tege elkaar op.

Misschien heeft hij ook wel gelijk, want er is weinig belangenverstrengeling tussen industrie en academie: de belangen zijn essentieel anders. Waar de eerste een kortetermijnwinst beoogt *als enig objectief*, was de tweede altijd een langetermijninvestering in kennis, een maatschappelijk adviesorgaan, een trainingsveld voor professionals en specialisten,



aan multidisciplinair overleg nodig heeft om de correcte verwoording te vinden, zodat de 'client' geen juridische afspraken zou kunnen maken. Het is ook mogelijk dat dit precies andersom is. De Nederlandse universiteiten concurreren speels om de topposities van de *Elsevier/AD/Volkskrant*-enquête, blijkbaar ongehinderd door de extreem onwetenschappelijke eigenschappen van een dergelijke enquête; de methodologie zou nooit door een wetenschappelijke *peer review* of een subsidieaanvraag komen.

'Marktwerving' is de steeds terugkerende kreet; die zou goed voor ons zijn.

en zoveel meer. Trudy Dehue stelt dat in *De depressie-epidemie* (2008): 'Het maatschappelijke draagvlak voor de universiteit was altijd gebaseerd op de imago van betrouwbaarheid door financiële belangenloosheid, universiteiten die dat imago laten eroderen, tasten hun bestaansrecht aan.'

Misschien is het tijd dat wij (als academici en niet als ondernemers) nog eens goed naar de functie van de universiteit kijken voordat die volledig 'geïndustrialiseerd' wordt.

Johannes Borgstein, *Sophia kindziekenhuis, Erasmus Universiteit Rotterdam*