

Het leven is een spelletje Ganzenbord

Ap Dijksterhuis

Het afgelopen weekend speelde mijn zoontje van negen een computerspel. Ik keek over zijn schouder mee, en ik realiseerde me dat veel spelletjes gebaseerd zijn op hetzelfde idee. Je hebt een groter doel, bijvoorbeeld simpelweg om van A naar B te gaan, of om ongehavend een "level" door te komen. Daarnaast heb je allerlei toevalligheden en obstakels die bepalen hoe snel of langzaam je dat doel bereikt, en of je dat in redelijk goede staat of in slechte staat doet. Dit principe is van alle tijden, Ganzenbord werkt ook zo. Je wilt zo snel mogelijk van het begin naar het eind (meestal vakje 63), maar onderweg kom je allerlei toevalligheden tegen – de put, nog een keer gooien! – die bepalen hoe snel of juist langzaam je dat doet.

Als je met enige distantie naar menselijk gedrag kijkt, valt op dat die spelletjes niet voor niets zo in elkaar zitten. Mensen hebben allerlei doelen, variërend van heel basale motieven zoals het stillen van honger of het zorgen voor nageslacht, tot meer persoonlijke doelen zoals het halen van een rijbewijs of het krijgen van een wetenschappelijke subsidie. Die doelen bepalen goeddeels ons gedrag op langere termijn, maar de details, of de parameters van ons gedrag – hoe snel, of hoe langzaam, of hoe goed, of hoe slecht

– worden bepaald door toevalligheden waarvan we ons niet bewust zijn. Wij zijn pionnen in een spel Ganzenbord.

Kleuren

Wij hebben associaties met kleuren - rood is gevaar, blauw is rust en veiligheid - en recent onderzoek laat zien dat die associaties ons gedrag mede bepalen. Vooral de kleur rood kan ons op veel verschillende manieren beïnvloeden. We associëren rood met erotiek. Ik woon vlak bij een filiaal van Christine le Duc, loop er zelfs langs op weg naar de supermarkt, en het valt me telkens weer op dat in die zaak bijna alles rood is: Het knalt de winkel uit. Recent onderzoek (Elliot & Niesta, 2008) toont aan dat het verband tussen de kleur rood en erotiek ons

Ap Dijksterhuis (1968) is Hoogleraar Psychologie van het Onbewuste aan de Radboud Universiteit Nijmegen en directeur en mede-oprichter van adviesbureau Dijksterhuis & van Baaren BV. Hij publiceerde ruim honderd wetenschappelijke artikelen en boekhoofdstukken over het onbewuste en hij won meerdere prestigieuze wetenschappelijke prijzen. In 2007 publiceerde hij het boek "Het slimme onbewuste" dat een bestseller werd. HP/De Tijd riep hem uit tot één van de 100 invloedrijkste Nederlanders. Met zijn bedrijf brengt Dijksterhuis wetenschappelijke kennis over onbewuste processen in de praktijk bij zowel bedrijven als overheidsorganisaties. Dijksterhuis houdt van reizen, koken, wijn, en whisky. **E-mail:** a.dijksterhuis@psych.ru.nl

onbewust beïnvloedt. Mannelijke proefpersonen die de aantrekkelijkheid van vrouwen op foto's moesten beoordelen, vonden vrouwen die werden gefotografeerd tegen een rode achtergrond aanmerkelijk mooier dan vrouwen tegen een witte of grijze achtergrond. Ook vrouwen in een rood T-shirt werden aantrekkelijker gevonden dan dezelfde vrouwen in een ander T-shirt. De wat onbeschaamde vraag van de onderzoekers aan de proefpersonen met wie van de vrouwen men graag sex wilde, leverde de voorspelde resultaten op: Juist met vrouwen in rode kleren willen mannen sex. Souteneurs, prostituees, en porno-actrices weten dit al jaren, wetenschappers weten het nu ook.

Rood is behalve met erotiek, ook geassocieerd met gevaar, en van gevaar weten we dat het leidt tot vermijdingsgedrag. Vermijdingsgedrag kan tot minder motivatie leiden, men stort zich niet met volle overgave op het doel of op de opdracht. Om die reden maakt rood ook dom. Proefpersonen die anagrammen moesten oplossen die in rood werden afgebeeld ("rekul"), deden dit slechter dan proefpersonen die zwarte ("kerul") of groene ("leruk") anagrammen maakten. Andere proefpersonen maakten een IQ test die of werd gepresenteerd in een rode map, of juist een groene map. En inderdaad, een IQ test in een rode map leidt tot een lager IQ.

Vermijdingsgedrag heeft niet alleen nadelen. Het mag ons dan dommer maken, het maakt ons ook nauwkeurig. Zo gek is dat niet, want wanneer er gevaar dreigt is het nuttig om heel precies te zijn. Fouten kunnen fataal zijn. Toenaderingsgedrag, dat mensen vertonen wanneer alles rustig en veilig is en dat we vooral associëren met blauw en groen, leidt tot openheid en creativiteit, maar gaat ten koste van de nauwkeurigheid. Proefpersonen die een geheugentaak deden werden juist beter na het zien van de kleur rood, maar proefpersonen die iets nieuws moesten ontwerpen deden dit veel beter na het zien van de kleur blauw (Mehta & Zhu, 2009).

Spoedcursus Triviant

We worden op een vergelijkbare manier ook beïnvloedt door de mensen om ons heen of door de mensen aan wie we alleen maar denken.

In Amerikaans onderzoek (Bargh, Chen & Burrows, 1996) werd de helft van de proefpersonen gevraagd om aan bejaarden te denken. De andere helft deed dit niet. Na afloop van de taak werd proefpersonen verteld dat ze naar de eerste verdieping van het

gebouw moesten gaan voor het vervolg van het experiment. Het experiment zelf werd op de 7de verdieping gedaan, zodat de proefleiders er zeker van konden zijn dat iedereen de lift zou nemen. Wat deden de proefleiders? Ze maten stiekem de tijd die de proefpersonen erover deden om van de kamer van het experiment naar de lift te lopen. Aangezien we bejaarden associëren met traagheid, voorspelden de onderzoekers dat proefpersonen die aan bejaarden hadden gedacht langzamer naar de lift zouden lopen dan de andere proefpersonen. Dit bleek ook zo te zijn.

Zelf deden we in Nijmegen ooit onderzoek om te zien of je op deze manier ook intellectuele prestaties zou kunnen veranderen (Dijksterhuis & van Knippenberg, 1998). Kan je mensen dan slimmer of dommer maken? We deden het volgende. Aan sommige proefpersonen vroegen we om vijf minuten lang na te denken over professoren en op te schrijven wat ze met professoren associeerden, waarbij het idee is dat mensen professoren associëren met intelligentie. Een tweede groep proefpersonen deed dezelfde taak, maar dan met secretaresses als beroepsgroep. Deze groep wordt niet geassocieerd met intelligentie, maar ook niet met het tegenovergestelde. Tenslotte was er een derde groep, een controlegroep, die niets deed. Na afloop kregen alle proefpersonen een algemene kennistaak voorgelegd met 42, vrij moeilijke, meerkeuzevragen. Sommige van deze vragen haalden we uit het spel Trivial Pursuit. Voorbeelden waren "Wie schilderde La Guernica?" (antwoordmogelijkheden: a) Dali, b) Miro, c) Picasso, d) Velasquez) of "Welke planeet is de grootste van ons zonnestelsel?" (antwoordmogelijkheden: a) Saturnus, b) Jupiter, c) Neptunus, d) Uranus). De controlegroep die niet geprimed was en de groep die aan secretaresses gedacht had maakten gemiddeld iets minder dan 50% van de vragen goed. De groep die aan professoren gedacht had, maakte 60% goed!

Je kan proefpersonen overigens ook slechter laten presteren. Nadenken over voetbalsupporters of fotomodellen (groepen die we associëren met een nogal beperkte intelligentie) leidt ertoe dat proefpersonen nog maar 40% van de vragen goed beantwoorden (Dijksterhuis, Spears et al., 1998).

Wast Uw handen in onschuld

De nieuwste trend in de sociale psychologie is om dit soort "Ganzenbord-effecten" aan te tonen voor allerlei metaforen. Zo is er een symbolisch verband

tussen een schone geest en een schoon lichaam. 2000 jaar geleden waste Pontius Pilatus zijn handen al in onschuld. Voorts vroeg Lady MacBeth om water nadat ze King Duncan had vermoord. Deze nadruk op fysieke reinheid is belangrijk in alle grote religies. In de Bijbel (Handelingen 22:16) staat: "Sta op en laat U dopen, en was Uw zonden weg". De Islam kent de wudu, het wassen van verschillende lichaamsdelen in schoon water voor het gebed en ook in het Hindoeïsme gaat men ervan uit dat het reinigen van het lichaam helpt bij het reinigen van de ziel.

De woorden die we gebruiken om de staat van ons lichaam weer te geven zijn veelal dezelfde als die we gebruiken om moreel of juist immoreel gedrag te beschrijven. Iemand die "schone handen" heeft, heeft zich niet schuldig gemaakt aan moreel verwerpelijk gedrag, iemand met "vuile handen" wel. In het Chinees betekent de kwalificatie "Een paar vuile handen" dat men te maken heeft met een dief. Woorden als schoon en rein, of in het Engels "pure" of "clean" worden zowel voor lichaam als voor geest gebruikt.

In een recent experiment in de Verenigde Staten (Zhong & Liljenquist, 2006) werd studenten gevraagd om terug te denken aan eigen gedrag uit het verleden dat moreel prijzenswaardig was (bijvoorbeeld als vrijwilliger helpen in een bejaardentehuis) of juist moreel verwerpelijk was (het stelen van een Mars uit de supermarkt of het tegenwerken van een collega). De proefpersonen werd gevraagd de gebeurtenis nauwkeurig te beschrijven. Na afloop mochten ze, als beloning voor deelname aan dit kleine experimentje, kiezen uit twee simpele cadeautjes: Een pen of een doosje tissues.

De resultaten waren veelzeggend. Proefpersonen die een moreel goede herinnering hadden opgehaald kozen in grote meerderheid de pen, maar studenten die waren herinnerd aan hun moreel verwerpelijke gedrag hadden, onbewust uiteraard, ineens behoefte aan tissues: Hun handen moesten schoon.

In een ander experiment draaiden de onderzoekers de boel om. Proefpersonen moesten weer denken aan een morele of immorele daad van henzelf, waarna sommigen de kans kregen (het was warm in het laboratorium) om hun handen even af te vegen met een vochtig doekje. Daarna werden ze gevraagd om een moreel goede daad te verrichten, in dit geval het helpen van een nogal wanhopige onderzoeker die te weinig proefpersonen had. De proefpersonen met schone handen hadden hier weinig behoefte aan, en de meesten weigerden. Proefpersonen die niet de kans hadden gehad hun handen te wassen hadden

kennelijk de behoefte dit moreel te compenseren: Ze gingen en masse de onderzoeker helpen.

Ons gedrag wordt ook mede bepaald door de hoeveelheid licht om ons heen (Zhong, Bohns & Gino, in druk). In een fraai experiment kregen proefpersonen een envelop met tien dollar. Ze hadden vijf minuten de tijd om een aantal ingewikkelde woordpuzzels op te lossen en mochten per goede oplossing 50 cent houden. Het onderzoek was zo in elkaar gezet dat het onmogelijk was om de volle tien dollar te winnen, daarvoor was de tijd te kort. Elke proefpersoon mocht na de taak zelf aangeven hoeveel problemen hij of zij had opgelost, dus ook op hoeveel geld hij of zij recht had. Een belangrijk aspect van het experiment was dat sommige proefpersonen de taak in een normaal verlichte ruimte deden en sommige in een ruimte die vrij donker was. Wat bleek, proefpersonen losten gemiddeld zeven problemen op, maar terwijl de proefpersonen in de lichte ruimte dit meestal ook eerlijk zeiden, claimden de proefpersonen in de donkere ruimte dat ze gemiddeld 11.5 problemen hadden opgelost - ze wilden daarmee bijna twee dollar meer verdienen dan waar ze recht op hadden. Duisternis maakt oneerlijk en "Een goede lamp is de beste politieagent", luidt dan ook de titel van het artikel waarin dit experiment is opgenomen.

Het goede nieuws is dat we door de omgeving natuurlijk ook makkelijk tot goed gedrag kunnen worden aangezet (Liljenquist, Zhong & Galinsky, in druk). Zo blijkt dat de associatie tussen reinheid en moreel gedrag niet alleen voor ons eigen lichaam geldt. Wanneer we in een ruimte zitten die fris is en ruikt alsof ze net is schoongemaakt, geven we meer geld aan een goed doel dan wanneer we in een normale ruimte zitten. Ook leidt een schone ruimte ertoe dat een proefpersoon die onverwachts wat extra geld krijgt dit eerlijker deelt met anderen dan een proefpersoon in een normale ruimte.

Heeft u binnenkort een toets of een examen? Denk aan professoren en u zult beter presteren. U mag dan "nog een keer gooien", om het in Ganzenbord-termen te zeggen. Staat u voor een creatieve uitdaging? Vermijd de kleur rood, of u belandt in de put.

Literatuuroverzicht

Bargh, J. A., Chen, M. & Burrows, L. (1996). Automaticity of social behavior: Direct effects of trait construct and stereotype activation on action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 230-244.

Dijksterhuis, A., Spears, R., Postmes, T., Stapel, D., Koomen, W., van Knippenberg, A., et al. (1998). Seeing one thing and doing another:

- Contrast effects in automatic behavior. Journal of Personality and Social Psychology, 75, 862-871.*
- Dijksterhuis, A. & van Knippenberg, A. (1998). The relation between perception and behavior, or how to win a game of Trivial Pursuit. Journal of Personality and Social Psychology, 74, 865-877.*
- Elliot, A.J. & Niesta, D. (2008). Romantic red: Red enhances men's attraction to women. Journal of Personality and Social Psychology, 95, 1150-1164.*
- Liljenquist, K., Zhong, C. & Galinsky, A.D. (in druk). The smell of virtue: Clean scents promote reciprocity and charity. Psychological Science.*
- Mehta, R. & Zhu, R. (2009). Blue or red? Exploring the effect of color on cognitive task performances. Science, 323, 1226-1229.*
- Zhong, C, Bohns, V.K. & Gino, F. (in druk). A good lamp is the best police: Darkness increases dishonesty and self-interested behavior. Psychological Science.*
- Zhong, C. & Liljenquist, K. (2006). Washing away your sins: Threatened morality and physical cleansing. Science, 313, 1451-1452.*