

W.L. Tiemeijer, C.A. Thomas en H.M. Prast (red.)



De menselijke beslisser

OVER DE PSYCHOLOGIE VAN KEUZE EN GEDRAG

De menselijke beslisser

De serie 'Verkenningen' omvat studies die in het kader van de werkzaamheden van de WRR tot stand zijn gekomen en naar zijn oordeel van zodanige kwaliteit en betekenis zijn dat publicatie gewenst is. De verantwoordelijkheid voor de inhoud en de ingenomen standpunten berust bij de auteurs.

Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid

De WRR is gevestigd:

Lange Vijverberg 4-5

Postbus 20004

2500 EA 's-Gravenhage

Telefoon 070-356 46 00

Telefax 070-356 46 85

E-mail info@wrr.nl

Website <http://www.wrr.nl>

De menselijke beslisser

OVER DE PSYCHOLOGIE VAN KEUZE EN GEDRAG

W.L. Tiemeijer, C.A. Thomas en H.M. Prast (red.)

Omslagafbeelding: iStockphoto

Omslagontwerp: Studio Daniëls, Den Haag

Vormgeving binnenwerk: Het Steen Typografie, Maarssen

ISBN 978 90 8964 202 8

e-ISBN 978 90 4851 199 0

NUR 759 / 754

© WRR/Amsterdam University Press, Den Haag/Amsterdam 2009

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j^o het Besluit van 20 juni 1974, Stb. 351, zoals gewijzigd bij het Besluit van 23 augustus 1985, Stb. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

INHOUDSOPGAVE

Ten geleide	9
1 Inleiding	11
<i>Will Tiemeijer en Casper Thomas</i>	
1.1 De hoofdstukken in vogelvlucht	13
1.1.1 Deel 1: Het individu	13
1.1.2 Deel 2: Invloed van de omgeving	16
1.1.3 Deel 3: Achtergronden	18
 DEEL 1 HET INDIVIDU	
2 De (ir)rationaliteit van de beslisser	25
<i>Eric van Dijk en Marcel Zeelenberg</i>	
2.1 Assumpties over de rationele beslisser	25
2.2 Het primaat van de eigen opbrengsten	28
2.3 Maximalisatie	29
2.4 Maximaal gebruik van informatie	31
2.5 Perfect incalculeren van onzekerheid	32
2.6 Rationeel verdisconteren van de toekomst	35
2.7 Stabiele voorkeuren	36
2.8 Emoties	38
2.9 De menselijke beslisser	41
 3 Gedragseconomie in de praktijk	47
<i>Jan Potters en Henriëtte Prast</i>	
3.1 Gezondheidsgerelateerd gedrag	49
3.2 Persoonlijke financiële planning	52
3.3 Prosociaal gedrag	54
3.4 Conclusie	58
 4 Gewoontegedrag: de automatische piloot van mens en maatschappij	65
<i>Henk Aarts</i>	
4.1 Wat zijn gewoontes?	66
4.2 Leren en uitvoeren van gewoontes	67
4.2.1 Gewoontegedrag als stimulus-responsverbanden	67
4.2.2 Gewoontes als doel-afhankelijke vaardigheden	68
4.2.3 Gewoontes, keuzes en doelgericht gedrag	70
4.3 Onbewust nastreven van doelen	72

4.4	De psychologie van het veranderen van gewoontegedrag	73
4.4.1	Verhoogde aandacht	73
4.4.2	Implementatie-intenties	75
4.4.3	Verandering van prioriteit in onbewuste doelen	76
4.4.4	Samenvattend: mogelijkheden om gewoontes te veranderen	78
4.5	Aanknopingspunten voor beleid	79
4.6	Conclusie	82
5	Rechtvaardigheid en onzekerheid	89
	<i>Kees van den Bos</i>	
5.1	Waargenomen rechtvaardigheid en onzekerheid	91
5.2	Hoe worden rechtvaardigheidsoordelen gevormd?	93
5.3	Waarom is rechtvaardigheid belangrijk voor mensen?	96
5.4	Wat is de relatie tussen rechtvaardigheid en eigenbelang?	100
5.5	Conclusie	105
6	Psychologische verschillen in keuzegedrag	115
	<i>Krispijn Faddegon</i>	
6.1	Need for cognition	116
6.2	Need for closure	119
6.3	Regulatiefocus-theorie	123
6.4	Zelfcontrole	127
6.5	Verschillen en beleid	130
 DEEL 2 INVLOED VAN DE OMGEVING		
7	Groepsnormen en gedrag: Sturing door sociale identiteit en dialoog	139
	<i>Tom Postmes, Linda Steg en Kees Keizer</i>	
7.1	Stabiele normen?	140
7.2	Injunctieve en descriptieve normen	141
7.3	Normen en de groep	144
7.4	Interactie en de transformatie van normen	147
7.5	Beïnvloeding van sociale normen: een doorkijk naar overheidsbeleid	151
7.6	Conclusie	154
8	Cue-power: gedragssturing via de omgeving	163
	<i>Sieghart Lindenberg en Diederik Stapel</i>	
8.1	De kracht van de omgeving	163
8.2	Normen	166
8.2.1	Activering	166
8.2.2	Deactivering	169

8.3	Activering van doelen	171
8.4	Activering van stereotypen	173
8.5	Vershil in gevoeligheid voor automatische beïnvloeding: de rol van zelf-regulering	175
8.6	Conclusie: gevolgen voor beleid	176
9	Communiceren vanuit de context: naar effectievere overheids-communicatie	185
	<i>Guido Rijnja, Erwin Seydel en Jasper Zuure</i>	
9.1	Mythes en feiten over massamediale overheids campagnes	186
9.2	Van injectienaald naar context	188
9.2.1	Theorieën over de invloed van de massamedia	188
9.2.2	Verspreiding van ideeën, normen en interpretaties	189
9.2.3	Perceptie en selectie	192
9.2.4	Communicatie en gedrag	195
9.2.5	Tussenconclusie	197
9.3	Een benadering voor contextuele overheidscommunicatie	198
9.3.1	Betekenisvolle boodschappen voor gedragsverandering	198
9.3.2	Determinanten voor succes	199
9.4	Communicatie naar het hart van het beleid	203
9.5	Tot slot	204

DEEL 3 ACHTERGRONDEN

10	Zit irrationaliteit in de aard van de mens? De neurobiologie van besluitvorming	213
	<i>Vasily Khucharev en Ale Smidts</i>	
10.1	Het kader van de neuro-economie	214
10.2	Algemene principes van besluitvorming	216
10.3	Deliberatieve versus affectieve systemen in de hersenen	218
10.3.1	De (on)eerlijke verdeling van geld	219
10.3.2	Intertemporele keuzes	222
10.3.3	Morele beslissingen	224
10.4	De cruciale rol van emoties bij besluitvorming	226
10.5	Sociale beïnvloeding van beslissingen	229
10.6	Conclusies en implicaties	232
11	Evolutionaire verklaringen van sociaal gedrag	239
	<i>Abraham Buunk en Thomas Pollet</i>	
11.1	Evolutionaire sociale psychologie	240
11.2	Intraseksuele competitie en reproductie	242
11.2.1	Intraseksuele competitie	242

11.2.2	Levensgeschiedenistheorie	247
11.3	De mens als sociaal wezen	249
11.3.1	Het sociale brein	250
11.3.2	Altruïsme bij bloedverwantschap	253
11.3.3	Wederkerig altruïsme	257
11.4	Conclusie	260
12	Moreel handelen. Oorzaken, sprookjes en redenen	269
	<i>Maureen Sie</i>	
12.1	Zelfbeeld versus wetenschap	271
12.2	Een gemeenschappelijke groep klanken	279
12.3	Onze morele redenen	282
13	Slotbeschouwing	293
	<i>Will Tiemeijer</i>	
13.1	De rationele keuzetheorie ‘revisited’?	294
13.2	Keuzevrijheid, neutraliteit en de grenzen daarvan	297
13.3	Beïnvloeding van gedrag	299
13.4	De kunst van het samenleven	302
13.5	Normatieve overwegingen	304
13.6	Tot slot	310
	Over de auteurs	313

TEN GELEIDE

In diverse wetenschappelijke disciplines, variërend van de gedragseconomie tot de neurowetenschap, is de laatste tijd nieuwe en fascinerende kennis ontwikkeld over menselijk keuzegedrag. Centraal daarbij staan de effecten van de wijze waarop keuzes zijn vormgegeven, de invloed van signalen uit de omgeving en het belang van onbewuste processen. In *De menselijke beslisser* geeft een breed gezelschap van wetenschappers een *state of the art* overzicht van deze kennis. De auteurs zijn afkomstig uit de psychologie, de gedragseconomie, de neurowetenschappen en de filosofie.

De vraag is wat deze nieuwe wetenschappelijke kennis praktisch kan betekenen. Biedt zij bijvoorbeeld nieuwe mogelijkheden voor mensen om hun persoonlijke doelen beter te verwezenlijken? Kan deze kennis een nuttige bijdrage leveren aan pogingen van de overheid om keuzes van mensen zo te beïnvloeden dat politieke doelen beter worden gerealiseerd, bijvoorbeeld op het gebied van gezonde levensstijl of zuiniger omgang met energie? En hoe verhouden de nieuwe inzichten zich tot de bredere discussie over sturing en keuzevrijheid?

Deze Verkenning is onderdeel van een project dat de WRR eind 2008 is gestart, en dat onder leiding staat van het Raadslid prof.dr. Henriëtte Prast. Centraal in dit project staat de vraag wat de (nieuwe) wetenschappelijke kennis over de psychologie van keuze en gedrag zou kunnen – of moeten – betekenen voor politiek en beleid. De kennis in deze bundel legt de basis voor een advies-rapport hierover dat de WRR in 2010 zal uitbrengen.

Onze grote dank gaat uit naar alle auteurs die hebben meegewerkt aan deze Verkenning. Hun bijdrage strekte veel verder dan het leveren van mooie hoofdstukken. Ook hun enthousiaste deelname aan de auteursbijeenkomsten en hun inzet bij het vormgeven van het boek als geheel was onmisbaar om *De menselijke beslisser* tot stand te doen komen.

Namens de WRR,
Prof.dr. Pieter Winsemius

1 INLEIDING

Will Tiemeijer en Casper Thomas

Hoe kiezen mensen? En wat betekent dit voor de mogelijkheden om hun keuzes te beïnvloeden? Deze vragen staan centraal in *De menselijke beslisser*. Ieder hoofdstuk in deze Verkenning geeft inzicht in de complexe en soms grillige dynamiek van menselijk keuzegedrag. Aan de orde komen onder meer: begrensde rationaliteit, instabiele voorkeuren, gewoontes, percepties van rechtvaardigheid, morele oordelen en onbewuste beïnvloeding door de sociale en fysieke omgeving. Met betrekking tot zulke fenomenen heeft de wetenschap de laatste jaren veel nieuwe en belangwekkende inzichten ontwikkeld.

Kennis over de menselijke beslisser is echter niet alleen intellectueel interessant. Sommige maatschappelijke problemen zijn alleen oplosbaar wanneer mensen duurzaam hun gedrag veranderen. De politiek wil daarom bevorderen dat mensen gezond leven, sparen voor later, zuinig omgaan met schaarse middelen, rekening houden met elkaar, et cetera. De overheid doet grote moeite om mensen op deze gebieden tot andere keuzes te bewegen. Bovendien móeten burgers ook steeds vaker kiezen. De trend van liberalisering, privatisering, deregulering en de verschuiving van risico's naar het individu betekent dat er meer wordt overgelaten aan de markt. Zorgverzekeringen, energieleveranciers, levensloopregelingen – op legio terreinen wordt de burger geacht tegenwoordig een weloverwogen keuze te maken.

Vaak is hierbij de gedachte dat als mensen maar worden voorzien van voldoende informatie, zij vervolgens wel zullen kiezen voor de optie die het best aansluit op hun voorkeur. Deze aanpak is gebaseerd op het rationele keuzemodel: als mensen goed geïnformeerd zijn, maken zij verantwoorde keuzes. Deze Verkenning plaatst echter vraagtekens bij dat model en daarmee bij de effectiviteit van het gevoerde beleid. Er wordt namelijk maar zelden voldaan aan de voorwaarden voor het maken van rationele keuzes. Niet alleen zijn cognitieve vaardigheden om keuzes te maken beperkt, ook zijn preferenties soms inconsistent en ontbreekt het mensen regelmatig aan de wilskracht om geplande keuzes uit te voeren. Bovendien worden veel keuzes onbewust gemaakt, zodat zij niet beïnvloedbaar zijn door informatie. Het blijkt dan ook dat dergelijk beleid soms contraproductief kan uitpakken.

De gedachte achter deze bundel is dat overheidsbeleid de meeste kans van slagen heeft wanneer dat zo goed mogelijk aansluit op de psychologie van mensen. Daarom is aan vooraanstaande Nederlandse wetenschappers uit verschillende disciplines gevraagd een *state of the art* overzicht te geven van de kennis op hun

vakgebied met betrekking tot keuzegedrag. Zoals gezegd luidt een van de conclusies die uit hun bijdragen kan worden getrokken dat het rationele keuzemodel vaak geen goede weergave is van de manier waarop mensen hun keuzes bepalen. Minstens zo belangrijk is echter een tweede conclusie die we kunnen trekken uit hun bijdragen; namelijk dat menselijk keuzegedrag wel degelijk een bepaalde systematiek vertoont. Hun keuzes zijn – deels – voorspelbaar. In deze systematiek spelen allerlei factoren een rol waarmee tot op heden in het overheidsbeleid soms weinig rekening is gehouden, zoals de vormgeving van keuzes en subtiele invloeden vanuit de omgeving. De kennis in deze bundel opent nieuwe en veelbelovende perspectieven voor beïnvloeding waarmee zowel individuele burgers als de samenleving hun voordeel kunnen doen.

Een van de disciplines die veel nieuwe en onverwachte inzichten biedt, is de gedragseconomie. Dit relatief jonge vakgebied benut psychologische inzichten om economische keuzes die individuen maken te verklaren. Ook de sociale psychologie heeft de afgelopen jaren veel nieuw inzicht gegeven in wat de mens beweegt, met name in de grote rol van het onbewuste. Ontwikkelingen in de neurowetenschappen en de evolutionaire psychologie geven een rijker inzicht in diepere oorzaken van veel keuzegedrag. Tezamen schetsen deze wetenschappen een rijk en genuanceerd beeld van de psychologie van de menselijke beslisser, dat soms verontrustend is, maar vaak ook hoopgevend omdat het nieuwe richtingen aangeeft voor overheidsbeleid.

Deze Verkenning maakt deel uit van een groter WRR-project dat in 2010 zal resulteren in een advies aan de regering. Daarin draait het om de vraag wat de actuele wetenschappelijke kennis over menselijk keuzegedrag kan betekenen voor beleid gericht op het beïnvloeden van gedrag. Hoe is het huidige – op informatie, transparantie, communicatie en overreding gebaseerde – beleid te kwalificeren, gegeven de wetenschappelijke kennis? Welke alternatieven zijn er voorhanden? En hoe zijn die te beoordelen vanuit criteria van efficiëntie, effectiviteit en legitimiteit?

Voor we nader ingaan op de inhoud van deze Verkenning eerst enkele woorden over de gebruikte terminologie. In dit boek wordt soms gesproken over ‘keuze’, soms over ‘gedrag’, en soms over ‘keuzegedrag’. Deze termen overlappen elkaar enigszins in betekenis. In de psychologie worden de begrippen ‘keuze’ en ‘gedrag’ duidelijk onderscheiden: kiezen is een selectie maken uit meerdere opties en gedrag is dat wat we doen, een serie lichamelijke handelingen. In de economische wetenschap wordt dit onderscheid echter niet gemaakt: een keuze is datgene wat je doet, of dat nu weloverwogen is of een automatisme. Daarmee zijn keuze en gedrag dus synoniem. Keuze en gedrag vormen samen één empirisch waarneembare handeling. Mede daarom wordt in deze Verkenning ook vaak de term ‘keuzegedrag’ gehanteerd, als een verzamelnaam die in het midden laat is of iets keuze of

gedrag is. Omdat de auteurs uit verschillende disciplines komen, hanteren ze de termen zoals in hun eigen vakgebied gebruikelijk is.

1.1 DE HOOFDSTUKKEN IN VOGELVLUCHT

Deze Verkenning bestaat uit drie delen. Het eerste deel richt zich op het individu. Het gaat onder meer om de vraag in hoeverre mensen rationeel zijn in hun keuzegedrag, en wanneer en waarom zij kunnen afwijken van de rationele keuze. In dit deel wordt ook aandacht besteed aan onderwerpen als gewoontegedrag en rechtvaardigheidsoordelen. In het tweede deel staat de invloed van de omgeving op keuzegedrag centraal. Achtereenvolgens worden de invloed van de sociale, de fysieke en de symbolische omgeving behandeld. Het derde deel van *De menselijke beslisser* geeft een verdieping aan de bevindingen uit de eerste twee delen. In dit deel wordt ingegaan op de neurobiologische en evolutionaire achtergronden van de psychologie van keuze en gedrag, en wordt aandacht besteed aan morele oordelen.

1.1.1 DEEL 1: HET INDIVIDU

Van Dijk en Zeelenberg verrichten de aftrap met een *tour d'horizon* langs diverse thema's die later in de bundel nog uitgebreider terugkeren. De centrale stelling van hun hoofdstuk is dat mensen regelmatig anders kiezen dan in de rationele keuzetheorie wordt verondersteld. Volgens deze theorie zouden mensen streven naar maximalisering van de eigen opbrengsten en daarbij rationeel te werk gaan. Dat wil zeggen: ze laten emoties buiten beschouwing, gebruiken alle beschikbare informatie en houden op statistisch correcte wijze rekening met eventuele onzekerheden, evenals met mogelijke verschillen tussen opbrengsten op korte en lange termijn. Bovendien zijn hun voorkeuren stabiel.

Van Dijk en Zeelenberg laten zien dat de assumpties van deze theorie niet overeenstemmen met de resultaten van empirisch onderzoek. Zo blijkt dat wanneer proefpersonen een budget naar believen over meerdere mensen mogen verdelen, zij meestal niet kiezen voor de verdeling waarin ze zelf het meeste krijgen, maar voor een verdeling die zij als eerlijk beschouwen. Ook gaan mensen lang niet altijd even rationeel te werk. Regelmatig nemen zij beslissingen op basis van slechts een beperkt aantal gegevens en maken zij statistische fouten, en emoties blijken wel degelijk een rol te spelen. Evenmin nemen mensen altijd de moeite om systematisch uit te zoeken wat de beste optie is (*optimising*). Soms stoppen mensen met zoeken zodra ze een optie tegenkomen die ze acceptabel achten (*satisficing*). Tot slot blijken preferenties ook nog eens instabiel. Wanneer men een keuze anders formuleert, kunnen mensen opeens van voorkeur veranderen.

De rationele keuzetheorie is volgens Van Dijk en Zeelenberg dan ook vooral een normatieve theorie: zij schrijft voor hoe mensen *zouden moeten* beslissen

wanneer zij zich zouden houden aan de strikte assumpties van rationaliteit. Dat zij regelmatig daarvan afwijken, betekent niet noodzakelijkerwijs dat mensen irrationeel zijn, maar wel dat het juist is om te spreken van ‘begrensd rationaliteit’.

Is het onderzoek dat Van Dijk en Zeelenberg presenteren alleen maar interessant voor wetenschappers, of heeft het ook relevantie voor de beleidspraktijk? Ja beslist, zeggen Prast en Potters. In hun hoofdstuk laten zij zien hoe de gedragseconomie kan helpen de beleidspraktijk beter te begrijpen en zo kan bijdragen aan effectievere beleidsinterventies. Zij spitsen hun bijdrage toe op drie onderwerpen: een gezonde levensstijl, persoonlijke financiën en prosociaal gedrag.

Op de eerste twee domeinen speelt nadrukkelijk het probleem van gebrekkige wilskracht. Veel mensen zeggen bijvoorbeeld dat zij een slank en fit lichaam belangrijk vinden en daarom gezonder willen eten en meer willen bewegen. Hun gedrag stemt daarmee echter niet altijd overeen. Geconfronteerd met de keuze van een verleidelijke maar vette maaltijd of *nu* naar de sportschool gaan, zwichten ze voor die smakelijke verleiding of stellen het sporten uit. Dergelijk gedrag laat zich niet goed begrijpen in de klassieke theorie. Daarin zou men concluderen dat dit ‘onverstandige’ gedrag kennelijk is wat men echt wil, en dat die goede voornemens irrelevant zijn. De gedragseconomie stelt echter dat hier sprake is van een wilskrachtprobleem. Wat mensen zeggen is wel degelijk van belang, en wat zij doen is niet noodzakelijkerwijs datgene wat hun nut maximaliseert. Een dergelijk perspectief is niet alleen vruchtbaar voor het domein van gezond gedrag, maar kan ook duidelijker maken waarom bijvoorbeeld financiële bijsluiters meestal weinig bijdragen aan een verstandig financieel beheer. Het gedragseconomisch perspectief maakt helder dat op beide terreinen mensen baat hebben bij hulp met pogingen tot ‘zelfbinding’.

Een tweede thema dat Prast en Potters behandelen is prosociaal gedrag. Ook hier levert de gedragseconomie nuttige inzichten. Gedragseconomische modellen hebben, meer dan de rationele keuzetheorie, oog voor de empirische bevinding dat mensen wel degelijk om andermans opbrengsten geven. Een belangrijke bevinding is voorts dat financieel stimuleren van en overreden tot gewenst prosociaal gedrag voorspelbaar averechts kan werken. Wanneer men bijvoorbeeld bloeddonatie financieel gaat belonen, kan het gevolg zijn dat juist *minder* mensen kiezen voor dat sympathieke gedrag. De reden daarvoor is dat financiële prikkels dergelijk onbaatzuchtig gedrag lijken te veranderen in een zakelijke, door eigenbelang gedreven transactie. Daardoor wordt de intrinsieke motivatie tot het gedrag uitgehold.

De eerste twee hoofdstukken gaan over bewuste keuzes. Veel gedragingen doen we echter op ‘de automatische piloot’, betoogt Henk Aarts. Zijn hoofdstuk gaat over gewoontes en de rol van het onbewuste. Gewoontes hebben een duidelijke functie: hoe meer gedrag we kunnen automatiseren en delegeren naar het onbe-

wuste, hoe meer mentale ruimte overblijft voor zaken die wél onze bewuste aandacht vergen. Maar ook de keuze tussen verschillende doelgerichte routines – bijvoorbeeld om met de auto naar het werk te gaan en niet met de trein – zal naar mate zij vaker wordt gemaakt steeds minder bewust verlopen en tot een gewoonte worden.

Juist omdat gewoontes zozeer verankerd liggen in het onbewuste, hebben bijvoorbeeld voorlichting of educatie er weinig vat op. Gewoontes blijken dan ook niet eenvoudig af te leren of te veranderen. Toch zijn er wel mogelijkheden. Zo kan een ingrijpende verandering in de omgeving een geschikt moment zijn om mensen opnieuw bewust te maken van bepaalde keuzes. Een verhuizing is bijvoorbeeld een goed moment voor de overheid om mensen opnieuw te laten nadenken over hun forensengewoontes. Een veelbelovende nieuwe aanpak is mensen stimuleren voor zichzelf zogenaamde implementatie-intenties te formuleren. Dat zijn concretiserings van goede voornemens in de vorm van gedragsregels van het type “als ik x tegenkom, dan doe ik y” (bijvoorbeeld: “Als ik op mijn werk naar de koffiehoeke moet, neem ik niet de lift maar de trap”). Doordat iemand niet alleen mooie voornemens uitspreekt, maar ook een concreet ‘uitvoeringsplan’ formuleert, lukt het beter gewoontes te doorbreken. Een derde mogelijkheid is om onbewuste doelen ‘weg te drukken’ door concurrerende wenselijke doelen mentaal te activeren, zodat ook ander gewoontegedrag optreedt. Dat kan door boodschappen of *cues* in de omgeving, bijvoorbeeld door het eenvoudigweg tonen van gezond eten in de kantine.

In het hoofdstuk van Kees van den Bos wisselen we van perspectief. Bij hem gaat het niet om de vraag hoe de overheid het beste kan kijken naar burgers en hun gedrag, maar om de vraag hoe burgers de beslissingen van de overheid of andere autoriteiten ervaren. Opnieuw blijkt het maximaliseren van opbrengst niet de belangrijkste menselijke drijfveer. Mensen blijken veel belang te hechten aan rechtvaardigheid en, zoals blijkt uit het onderzoek van Van den Bos en anderen, wordt hun oordeel over de rechtvaardigheid van een besluit meestal niet bepaald door de uitkomst als zodanig (ofwel de waargenomen ‘distributieve rechtvaardigheid’), maar veeleer door de vraag of het beslissingsproces volgens hen eerlijk en correct is verlopen (de waargenomen ‘procedurele rechtvaardigheid’). Kreeg men bijvoorbeeld gelegenheid om zijn mening te geven voordat het besluit werd genomen? Handelde de overheid daadwerkelijk zonder aanzien des persoons? Anders dan bijvoorbeeld juristen, weten ‘gewone mensen’ meestal niet wat een rechtvaardige *uitkomst* is in bijvoorbeeld een rechtszaak of een overheidsbeslissing. Daarom moeten zij hun oordeel over de rechtvaardigheid van besluiten wel baseren op dit soort indicaties voor de rechtvaardigheid van de gevolgde procedure.

Van den Bos betoogt dat een rechtvaardige behandeling voor mensen psychologisch van groot belang is, want het is voor hen een signaal dat ze anderen kunnen

vertrouwen en dat ze bij de groep horen. Daarmee is overigens beslist niet gezegd dat mensen zelf ook altijd hun gedrag laten leiden door overwegingen van rechtvaardigheid. Vaak is hun eerste reactie zelfzuchtig, maar voldoende cognitieve capaciteit en motivatie bij mensen kunnen ertoe leiden dat zij hiervoor corrigeren en zich in hun reacties meer laten leiden door wat ze als rechtvaardig beschouwen.

Faddegon sluit het eerste deel af met een belangrijke waarschuwing. Beleidsmakers denken en spreken nogal eens in termen van ‘de’ burger, en ook de voorgaande hoofdstukken gingen vooral over ‘de gemiddelde persoon’. In werkelijkheid bestaat er uiteraard veel variatie tussen mensen, ook als het gaat om keuzegedrag. In zijn hoofdstuk bespreekt Faddegon vier relevante persoonlijkheidskenmerken waarin mensen onderling verschillen: de mate waarin zij graag over (complexe) zaken nadenken (*‘need for cognition’*), de mate waarin mensen kunnen omgaan met onzekerheid en ambiguïteit (*‘need for closure’*), de mate waarin ze streven naar groei en vooruitgang dan wel naar veiligheid en preventie (*‘regulation focus’*), en de mate waarin zij beschikken over zelfdiscipline (*‘self control’*).

Het besproken onderzoek maakt duidelijk dat op zowel cognitief en motivationeel als op emotioneel niveau fundamentele verschillen bestaan tussen mensen. Dit is van direct belang voor beleid. De ‘kiezende burger’ waarvan beleidsmakers nogal eens uit lijken te gaan, is een burger met een hoge *need for cognition*, lage *need for closure* en een groot vermogen tot zelfcontrole. Een overtuigingsstrategie gebaseerd op argumentatie is voor deze groep wellicht de beste, maar voor andere groepen minder geschikt. Om hen te bereiken en te overtuigen zijn andere strategieën waarschijnlijk beter. Een beleidsmaker die geen rekening houdt met deze verschillende ‘keuzestijlen’, loopt het risico dat hij niet iedereen zal bereiken of overtuigen.

1.1.2 DEEL 2: INVLOED VAN DE OMGEVING

Staan in het eerste deel de processen binnen het individu centraal, in het tweede deel draait het om de invloed van de omgeving. Hoe worden keuzes en gewoontegedrag beïnvloed door signalen in de sociale, fysieke en symbolische omgeving?

“De invloed van sociale normen op het gedrag van mensen kan nauwelijks worden overschat.” Zo luidt de eerste zin van het hoofdstuk van Postmes, Steg en Keizer. De keuzes en het gedrag van mensen worden sterk beïnvloed door het gedrag van de groep. Zo blijkt de belangrijkste voorspeller van iemands energiegebruik niet zijn overwegingen rond milieu of kostprijs, maar het energiegebruik in de buurt.

Bij normen denken veel mensen aan wat in de psychologie injunctieve normen worden genoemd. Dat zijn – vaak expliciet benoemde – gedragsregels van het type

‘gij zult niet stelen’ of ‘eet met mes en vork’. Daarnaast onderscheiden psychologen echter ook descriptieve normen. Dat zijn de normen die mensen onbewust en automatisch afleiden uit de observatie van andermans gedrag en de gesprekken van alledag. Zulke normen geven aan wat ‘normaal’ of ‘passend’ is in specifieke situaties. Wanneer anderen na een rondleiding een fooi geven aan de gids, is er goede kans dat wij dat ook doen. Vooral in situaties waarvoor geen duidelijke injunctieve normen bestaan, bepalen descriptieve normen hoe we ons gedragen.

Zowel injunctieve als descriptieve normen zijn onlosmakelijk verbonden aan groepsidentiteiten. De groep waarmee we ons identificeren beïnvloedt welke normen we volgen. Omgekeerd beïnvloeden de normen die we aanhangen bij welke groep we horen. Dit betekent dat de groep een potentieel krachtig aangrijpingspunt voor gedragsbeïnvloeding is. De overheid kan bijvoorbeeld groepsidentiteiten saillant maken door allochtonen niet aan te spreken op hun etnische achtergrond maar op hun Nederlandse achtergrond, en zodoende de met Nederland verbonden normen bij hen activeren. Een andere mogelijkheid is informatie te geven over het gedrag van vergelijkbare groepsgenoten. Wanneer SIRE bijvoorbeeld beweert dat we ‘met z’n allen onbewust steeds asociaal worden’ zou dit best eens averechts kunnen werken, omdat deze stelling in zekere zin asociaal gedrag legitimeert. Beter is om te stellen dat 95 procent van de Nederlanders zich ergert aan onbewust asociaal gedrag.

Over de invloed van de fysieke omgeving schrijven Lindenberg en Stapel. Signalen in de fysieke omgeving zijn volgens hen een belangrijk middel om het gedrag van mensen te beïnvloeden. Dat mensen bepaalde normen of doelen onderschrijven is namelijk nog geen garantie dat mensen zich daar ook naar gedragen. Dat doen zij alleen op die momenten dat deze normen of doelen daadwerkelijk mentaal ‘top of mind’ zijn. Daarbij kunnen signalen in de omgeving een doorslaggevende rol spelen, doordat zij de betreffende doelen en normen activeren of juist deactiveren, vaak zonder dat men zich daar echt van bewust is. Een eenvoudig voorbeeld is de staat van de openbare ruimte. Een rommelige omgeving met vuil op straat deactiveert de norm om de boel netjes te houden. Daardoor zal men zelf ook eerder vuil op straat gooien. Een opgeruimde en goed onderhouden omgeving daarentegen activeert deze norm juist. Dit eenvoudige inzicht – dat gedrag vooral zal worden gestuurd door cognities die op het moment van gedragsuitvoering het sterkst zijn geactiveerd – noemen Lindenberg en Stapel een van de meest onderschatte bevindingen in de gedragswetenschappen.

Wat dit inzicht extra pregnant maakt, is dat deactivering van bepaalde specifieke normen leidt tot meer algemeen normoverschrijdend gedrag. Als een soort inktvlek breidt het zich uit naar andere domeinen. Zo blijkt dat het zien van graffiti – als teken dat men zich niet houdt aan de norm gebouwen niet te bekladden – de kans verhoogt dat mensen zich ook niet houden aan andere normen, variërend van

geen vuil op straat gooien tot behulpzaam gedrag naar anderen. Dit effect onderstreept nog eens het belang van zichtbare normhandhaving.

Aan het eind van dit tweede deel komt de symbolische omgeving ter sprake, nader bepaald: massamediale campagnes. Hierover gaat het hoofdstuk van Rijnja, Seydel en Zuure. Postbus 51-campagnes zijn de bekendste voorbeelden van overheidsposeringen om mensen over bepaalde zaken te informeren of over te halen hun gedrag te veranderen.

In de eerste helft van de 20ste eeuw veronderstelde men dat de massamedia almachtig waren. Als een grote injectienaald konden zij bepaalde boodschappen in het maatschappelijke lichaam inspuiten, die de mensen vervolgens automatisch overnamen. Nadien is echter gebleken dat dit een hopeloos simpele voorstelling van zaken is. De werkelijkheid is vele malen complexer en weerbarstiger. Het effectonderzoek naar Postbus 51-campagnes laat dan ook weinig opwekkende resultaten zien. Als het gaat om kennisoverdracht, zijn campagnes nog redelijk effectief, maar voor gedragsverandering zijn de resultaten nihil.

Toch kunnen campagnes gericht op gedragsverandering wel degelijk effectief zijn, stellen Rijnja, Seydel en Zuure. Maar dan moet wel voldaan zijn aan een reeks voorwaarden. Alleen feitelijke informatie geven is volstrekt onvoldoende. Wil men effectief het gedrag van mensen beïnvloeden, dan dient men te vertrekken vanuit de betekenisgeving (sensemaking) van de ontvanger en zijn context (de elementen en gebeurtenissen in zijn leefomgeving). Immers, de burger bepaalt of en hoe hij de overheid en haar boodschappen toelaat in zijn leefwereld. Vanuit die betekenisgeving kan vervolgens een instrumentenmix worden opgebouwd, met communicatie als geïntegreerd onderdeel daarvan. Voor beleidsmakers betekent dit dat ‘communicatie’ niet pas in beeld komt wanneer het beleid al gevormd is, maar vanaf het begin, als het beleid ontworpen moet worden.

1.1.3 DEEL 3: ACHTERGRONDEN

Het derde deel van deze bundel bestaat uit drie hoofdstukken, die elk een verdieping geven aan de inzichten uit de eerste twee delen.

Weinig wetenschappelijke terreinen kennen de laatste jaren zo’n turbulente ontwikkeling als de neurowetenschappen. Klucharev en Smidts geven in hun hoofdstuk een overzicht van de nieuwste inzichten over wat er tijdens beslisprocessen gebeurt in ons brein. Dit neurologische fundament sluit naadloos aan bij belangrijke thema’s uit de voorgaande twee delen, zoals de invloed van onbewuste processen en van sociale normen.

De belangrijkste boodschap van Klucharev en Smidts is dat in de hersens minstens twee systemen voor besluitvorming kunnen worden onderscheiden. Het *deliberatieve* systeem is het systeem waaraan we traditioneel denken bij bewuste, weloverwogen beslissingen. Dit systeem werkt per definitie op het niveau van het bewuste en is relatief traag. De menselijke hersens kennen echter ook andere beslissystemen, die tezamen het *affectieve* systeem vormen. Dit systeem werkt gevoelsmatig en snel, zonder dat we ons ervan bewust zijn. Het is hier dat zich reeds instinctieve reacties en ‘gut feelings’ hebben gevormd, nog vóór het deliberatieve systeem wordt geactiveerd. Veel fenomenen op het gebied van kiezen en oordelen – variërend van oordelen over rechtvaardigheid tot afwegingen tussen korte- en langetermijnvoordeel – laten zich goed begrijpen in termen van interactie of wedijver tussen deze twee systemen.

Klucharev en Smidts gaan ook in op het mentale substraat van sociale invloed en conformiteit. Uit hun eigen onderzoek blijkt dat afwijken van de groepsnorm leidt tot hetzelfde type ‘foutmelding’ in de hersens als kan optreden bij andere, meer cognitieve leerprocessen. Bovendien leidt het niet volgen van de groepsnorm tot verminderde activiteit in de beloningscentra van de hersenen, waardoor het afwijken van de groep aanvoelt als straf. Deze bevindingen vormen een sterke aanwijzing dat groepsconformiteit een aangeboren neiging is, die wellicht verklaard kan worden uit het evolutionaire voordeel dat groepsconform gedrag oplevert.

Daarmee komen we op het hoofdstuk van Buunk en Pollet. Dat biedt een overzicht van enkele belangrijke theorieën en inzichten uit de evolutionaire sociale psychologie. De evolutietheorie wordt door velen bijna automatisch geassocieerd met meedogenloze *survival of the fittest* en veel minder met prosociale en altruïstische gedragingen. Dat is echter volstrekt onterecht. Darwin wees al op de evolutionaire basis van altruïsme en empathie. Na hem is zijn evolutietheorie uitgebreid met enkele belangrijke onderdelen die altruïsme verklaren, zoals de *inclusive fitness*-theorie.

Filosofen, psychologen, theologen, maar ook beleidsmakers willen nogal eens met elkaar twisten over de vraag of de mens van nature goed is en gericht op andermans welvaart en welzijn, dan wel van nature slecht en enkel uit op eigen gewin. Volgens Buunk en Pollet is dat echter een onzinnige tegenstelling, want de evolutionaire benadering maakt duidelijk dat beide uitgangspunten waar zijn. Afhankelijk van de omstandigheden kan zowel moreel als immoreel gedrag ontstaan. De competitie om seksuele toegang tot het andere geslacht leidt tot een streven naar macht, geld en status respectievelijk uiterlijke aantrekkelijkheid. Hoewel dat streven kan leiden tot grootse prestaties en creativiteit, en zelfs tot competitie in altruïsme, zal het in veel gevallen resulteren in egoïstisch gedrag, het benadelen van anderen. Het zou absurd zijn dit te ontkennen. Daar staat echter

tegenover dat de drang tot reproductie evenzeer kan leiden tot bescherming van verwanten en tot altruïstisch gedrag. Mensen hebben aanmerkelijk betere overlevingskansen wanneer ze onderdeel vormen van een groep. Genen die samenhangen met empathisch vermogen en sociaal gedrag, hebben dus relatief grote kans om te worden doorgegeven aan volgende generaties. Zodoende heeft de mens in de loop der evolutie een 'sociaal brein' ontwikkeld. Onder de 'juiste' omstandigheden gedraagt de mens zich uitermate vrijgevig en altruïstisch.

Het hoofdstuk van Sie gaat over moreel oordelen. Ook dit is een vorm van kiezen maar dan tussen de oordelen 'goed' en 'fout'. Onderzoek op het terrein van morele psychologie en empirische ethiek laat zien dat we het 'waarom' achter onze morele oordelen vaak moeilijk kunnen achterhalen. Soms komen we niet verder dan 'ik voel dat nu eenmaal zo'. Bovendien worden onze morele oordelen beïnvloed door allerlei irrelevante (niet-morele) factoren, zonder dat we ons daarvan bewust zijn. In een kamer waar het stinkt, blijken mensen andere morele oordelen te vellen dan in een geurloze kamer. En aan een opgeruimd bureau oordelen mensen anders dan aan een slordig bureau. Sie concludeert dat we 'actor-intransparant' zijn; we kennen de werkelijke oorzaken van onze morele oordelen niet. De redenen die we geven, zijn vaak rationalisaties achteraf.

Deze bevindingen zijn 'verontrustend' voor ons mensbeeld. Wanneer blijkt dat redenen die we geven voor onze morele oordelen slechts rationalisaties achteraf zijn, bestaat er dan wel zoiets als moraliteit? En wat betekenen deze bevindingen voor een samenleving die gebaseerd is op de veronderstelling dat ieder mens zelf het beste zijn eigen wil kent? De uitweg uit deze problematiek schuilt volgens Sie in reflectie en debat. Dat we de werkelijke oorzaken van ons gedrag niet kennen, betekent nog niet dat elke rationalisatie achteraf daarvan kant noch wal zou raken. Door erop te reflecteren en erover te spreken met anderen, kunnen we tot verklaringen voor onze morele oordelen komen waarvan weliswaar nooit ondubbelzinnig vastgesteld kan worden dat ze 'waar' zijn, maar wel dat ze plausibel, geloofwaardig en (dus) werkbaar zijn. Dit continue gesprek voedt bovendien de instandhouding en vernieuwing van een gedeelde verzameling normen en verhalen over wat goed is en wat fout, waaruit anderen weer kunnen putten.

Slotbeschouwing

Na deze drie delen volgt nog een slotbeschouwing van Tiemeijer. Zijn hoofdstuk is een eerste en algemene doordenking van de vraag wat de bevindingen uit voorgaande hoofdstukken kunnen betekenen voor beleid en politiek. Vormt bijvoorbeeld de rationele keuzetheorie wel een goede inspiratiebron voor beleidsvorming? Wat betekent de nieuwe kennis uit deze Verkenning voor de mogelijkheid om keuzes daadwerkelijk 'neutraal' aan burgers voor te leggen? Welke nieuwe mogelijkheden biedt zij om het gedrag van mensen te beïnvloeden op gebieden waar wettelijke dwang of financiële prikkels onwenselijk of onmogelijk zijn? En

wat is de relevantie voor het streven naar een samenleving waarin mensen rekening houden met elkaar en bereid zijn tot samenwerken?

Ook gaat Tiemeijer kort in op (potentiële) normatieve problematiek rond de nieuwe sturingsmogelijkheden. De vraag of, en zo ja hoe de overheid deze moet inzetten, wordt immers niet alleen bepaald door overwegingen van efficiency en effectiviteit. Ook moreel-normatieve overwegingen zijn van belang. De meest pregnante vraag is wellicht of door de 'onzichtbaarheid' van nieuwe vormen van psychologische sturing niet het gevaar van manipulatie ontstaat. Tiemeijer geeft geen kant-en-klare antwoorden, maar veeleer een agenda voor nadere gedachtevorming over de normatieve kanten van psychologische sturing.

DEEL 1

Het individu

2 DE (IR)RATIONALITEIT VAN DE BESLISSER

Eric van Dijk en Marcel Zeelenberg

2.1 ASSUMPTIES OVER DE RATIONELE BESLISSER

Hoe kunnen we mensen ertoe bewegen om gezonder te leven en bijvoorbeeld meer te sporten en minder te drinken? Om zich tijdig voor te bereiden op een financieel gezonde oude dag? Om milieuvriendelijke en energiebesparende producten te kopen? Vragen als deze lijken in eerste instantie vragen naar oplossingen. Bij nadere beschouwing zijn het vooral ook vragen naar oorzaken. Om te weten hoe mensen te overtuigen of te sturen zijn in hun gedrag, is inzicht in de oorzaken van dat gedrag vereist. Meer precies stelt dit soort overpeinzingen de vraag centraal hoe mensen beslissingen nemen en keuzes maken. Worden beslissingen vooral gebaseerd op de kosten en baten die gepaard gaan met het gedrag? Is een keuze voor energiebesparing voornamelijk een kwestie van ingeschatte (kortetermijn)kosten en (langetermijn)voordelen? En zo ja, welke doelen streven mensen daarbij na? Gaat het daarbij vooral om hun eigen belangen? Of spelen de belangen van anderen ook een rol? En hoe wegen mensen deze verschillende belangen? Gebeurt dat op een rationele wijze, waarbij alle voor- en nadelen worden meegewogen? Hebben mensen wel de cognitieve capaciteit om al die voor- en nadelen op de korte en lange termijn in te schatten en tot een afgewogen keuze om te zetten? Spelen emoties een rol bij dit soort keuzes?

De simpele vraag naar sturing of beïnvloeding van gedrag leidt tot een veelheid van vragen betreffende de wijze waarop mensen beslissingen nemen of kiezen uit alternatieven. Overheden, beleidsmakers en wetenschappers gaan impliciet of expliciet uit van een reeks van veronderstellingen en assumpties wanneer het gaat om de vraag hoe beslissingen worden genomen. Voor een belangrijk deel zijn die gestoeld op assumpties die deel uitmaken van wat ook wel de rationele keuzetheorie wordt genoemd. Niet iedereen zal zich herkennen in al deze assumpties. De rationele keuzetheorie speelt echter een dominante rol in beleid en verschillende takken van de wetenschap (economie, sociologie, politicologie en psychologie). Het is daarom belangrijk deze assumpties nu te expliciteren en later te laten contrasteren met wat de gedragswetenschappen ons in de afgelopen decennia hieromtrent geleerd hebben.

In de rationele keuzetheorie gelden de volgende aannames:

- 1 *Het primaat van de eigen opbrengsten.* Beslissingen worden voornamelijk genomen op basis van de gevolgen van de keuze voor de *eigen opbrengsten*. Simpel gezegd: beslissers stellen zich de vragen “wat kost het mij?” en “wat levert het mij op?”

- 2 *Maximalisatie.* Bij hun beslissingen streven mensen naar het maximale. Ze maken die keuze waarvan het verwachte resultaat maximaal is. Mensen streven dus naar het beste resultaat.
- 3 *Maximaal gebruik van informatie.* Bij beslissingen maken mensen gebruik van alle informatie die over de keuzeopties beschikbaar is. Mensen gebruiken dus alle aanwezige informatie.
- 4 *Perfect incalculeren van onzekerheid.* Wanneer opbrengsten onzeker zijn, verdisconteren mensen deze onzekerheid in hun beslissing. Een opbrengst met een kans van optreden van 100 procent weegt dus ook tien keer zo zwaar mee als een opbrengst met een kans van 10 procent.
- 5 *Rationeel verdisconteren van de toekomst.* Bij de afweging tussen opbrengsten die op de korte termijn en op de lange termijn optreden, verdisconteren mensen de onzekerheid die op de lange termijn kan optreden. Mensen hebben bijvoorbeeld liever 100 euro nu dan 100 euro over een maand; maar deze voorkeur is gebaseerd op een rationele afweging van de te verwachten onzekerheid.
- 6 *Stabiele voorkeuren.* Een voorkeur voor keuzeopties is stabiel. Wanneer men eerst bijvoorbeeld optie A hoger waardeert dan optie B, zal men vervolgens (bijvoorbeeld bij een andere presentatie van de beslissing) niet opeens B hoger waarderen dan A.
- 7 *Emoties spelen geen rol.* Beslissingen worden genomen op basis van een (objectieve) inschatting van de te verwachten kosten en opbrengsten.

Het is goed om op dit moment even stil te staan bij het feit dat we het hier hebben over aannames. We hebben het niet over feitelijke beschrijvingen van hoe mensen te werk gaan bij het maken van keuzes. Vaak vormen aannames als deze echter de basis voor analyse en modelvorming. Wanneer bijvoorbeeld aangenomen wordt dat emoties geen rol spelen, kan dat zeker nuttig zijn voor de analyse en wil dat uiteraard niet zeggen dat de analist er ook van overtuigd is dat ‘in de werkelijkheid’ emoties er niet toe doen. Het is dus deels ook een kwestie van “laten we bij deze analyse er even van uitgaan dat...”. Toch is het vaak ook meer dan dat en gaat de gedachte van “laten we aannemen dat...” over in de redenering “het zou ook beter zijn dat...”. Ofwel: velen zijn ook van mening dat beslissingen beter zijn wanneer voldaan wordt aan deze assumpties, bijvoorbeeld wanneer we onze emoties buiten de beslissing zouden laten. Assumpties als deze hebben dus ook voor een belangrijk deel een normatief en prescriptief karakter, doordat zij lijken aan te geven hoe volgens sommigen beslissingen genomen *horen* te worden en hoe mensen geadviseerd dienen te worden over het maken van keuzes.

Advies over beleid is vaak gestoeld op analyses die deze aannames als basis nemen. De invoering van het vernieuwde ziektekostenstelsel in 2006 was zeer sterk gedreven door het idee dat keuzevrijheid niet groot genoeg zou kunnen zijn, omdat mensen op die manier de grootste kans hadden om de voor hen optimale

verzekering te vinden. Theoretisch klopt dit, maar mensen blijken zich niet altijd te gedragen zoals de rationele keuzetheorie veronderstelt.

De vraag die hier centraal staat, is of de rationele keuzetheorie ook beschrijft hoe mensen daadwerkelijk beslissingen nemen. Geven de hierboven besproken assumpties een reëel beeld van het beslissingsproces dat u doorloopt wanneer u wel of niet voor een aanvullende gezondheidsverzekering kiest en bij welke maatschappij dat het beste kan? Of wanneer u beslist om wel of niet op vakantie te gaan? Even terugkerend naar de emoties: moet de assumptie dat emoties geen rol spelen – zelfs wanneer dat analytische voordelen biedt – ook de grondslag zijn voor beleid? Ons uitgangspunt is dat dit onverstandig zou zijn. Wanneer de overheid of beleidsmakers beslissingen willen beïnvloeden of bijsturen is het raadzaam om in te spelen of op zijn minst rekening te houden met de wijze waarop de individuele beslisser zijn of haar beslissingen neemt.

Hierbij sluiten we aan bij een recente stroming binnen de economie die tracht economische en psychologische inzichten te combineren. Deze stroming – de gedragseconomie – is niet slechts kritisch ten aanzien van bovengenoemde assumpties, maar tracht bovenal beleidsmatige vooruitgang te boeken door het psychologische beslisproces centraal te stellen.

“At the core of behavioral economics is the conviction that increasing the realism of the psychological underpinnings of economic analysis will improve the fields of economics on its own terms –generating theoretical insights, making better predictions of field phenomena, and suggesting better policy”. Aldus Camerer en Loewenstein (2004: 3), twee pioniers op dit vakgebied. Het is interessant op te merken dat de gedragseconomie door de omarming van de psychologie wellicht revolutionair lijkt, maar tegelijkertijd ook teruggrijpt op ideeën die eigenlijk altijd al in de economie aanwezig waren. Zo schreef John Maurice Clark (1918): “The economist may attempt to ignore psychology, but it is sheer impossible for him to ignore human nature. . . If the economist borrows his conception of man from the psychologist, his constructive work may have some chance of remaining purely economic in character. But if he does not, he will not thereby avoid psychology. Rather, he will force himself to make his own, and it will be bad psychology”.

De stap van assumptie naar de psychologische werkelijkheid is dus een belangrijke, en een centrale in de gedragseconomie. Met dit doel voor ogen zullen we in dit hoofdstuk bovenstaande assumpties kort toetsen aan de werkelijkheid. Deze toetsing kunt u zien als een kader en aanzet voor de hoofdstukken die volgen; als een aanduiding van elementen die u in latere hoofdstukken zult herkennen en nader uitgewerkt zult zien.

2.2 HET PRIMAAT VAN DE EIGEN OPBRENGSTEN

De aanname dat mensen bij hun beslissingen vooral hun eigenbelang in de gaten houden lijkt een redelijke. Binnen economische theorievorming is dit ook een van de belangrijkste aannames. Het punt is natuurlijk hoe strikt men deze aanname moet interpreteren. Volgens sommigen kan men daar niet strikt genoeg in zijn en laten mensen zich bij hun beslissingen *alleen* leiden door hun eigenbelang. Wanneer je gedrag en beslissingen wilt beïnvloeden, moet je dus mensen ook op hun eigenbelang aanspreken. Iets anders geformuleerd: je moet ze in hun portemonnee treffen. Wanneer mensen door rood rijden moet je ze beboeten en als ze succesvol zijn op hun werk moet je ze belonen. Dat zal het door rood rijden verminderen en de prestaties verhogen.

Maar overdrijven we hier niet? Worden mensen altijd gedreven door eigenbelang? Onderzoek laat zien dat mensen wel degelijk de belangen van anderen voor ogen kunnen hebben wanneer zij bijvoorbeeld de beslissing nemen om bloed te doneren of wanneer ze geld overmaken voor een goed doel. Beleidsmakers erkennen dit niet altijd en overschatten het gewicht van eigenbelang. Door sommigen wordt in dit verband wel gesproken van de 'mythe van eigenbelang' (Miller 1999).

De werkelijkheid is dat mensen tot op zekere hoogte bereid zijn om zich voor een algemeen belang als een schoner milieu in te zetten. Zelfs wanneer de eigen kosten (bijvoorbeeld de aanschaf van een zonnepaneel) hoger zijn dan de eigen opbrengsten (de besparing op kosten van elektriciteit). Dergelijke bevindingen tonen uiteraard niet aan dat eigenbelang niet telt en dat mensen altijd het belang van anderen nastreven. Inderdaad, men zou wensen dat bijdragen aan het milieu en bloeddonthaties op een hoger niveau zouden liggen dan het geval is. Het lijkt accurater om te stellen dat mensen bij hun beslissingen een afweging maken tussen eigenbelang en belangen van anderen.

Dit eenvoudige inzicht staat centraal in wat ook wel het sociale nutsmodel wordt genoemd (bijvoorbeeld Loewenstein, Thompson en Bazerman 1989). Dit beschrijvende model veronderstelt dat wij beslissingen baseren op twee zaken: eigenbelang *en* de belangen van anderen. Geen 'óf óf' dus, maar 'én én'. En niet alleen dat: het is een kwestie van afweging, van het relatieve gewicht dat men aan beide motieven toekent. Dit gewicht kan overigens verschillen van individu tot individu. Sommige mensen zijn geneigd meer gewicht aan het eigenbelang toe te kennen en anderen laten de belangen van medemensen zwaarder wegen. Dergelijke individuele verschillen staan bijvoorbeeld centraal in onderzoek naar sociale waarden (Van Lange et al. 2007). Het gewicht dat aan de verschillende belangen wordt toegekend verschilt ook per situatie; in zakelijke omgevingen weegt het eigenbelang bijvoorbeeld zwaarder dan in meer sociale settingen (zie ook hoofdstuk 8).

Wanneer het belang van anderen ter sprake komt, vallen al gauw de woorden ‘eerlijkheid’ of ‘rechtvaardigheid’. Inderdaad blijkt het meewegen van de belangen van anderen veelal in termen van dergelijke verdelende of distributieve rechtvaardigheid beschreven te kunnen worden. Mensen geven bijvoorbeeld vaak de voorkeur aan een verdeling van opbrengsten die in verhouding staat tot de geleverde inspanningen: degenen met de meeste inbreng behoren ook de hoogste opbrengsten te krijgen. Minder dan een eerlijk deel (onderbetaling) wordt vervelend gevonden, maar hetzelfde geldt voor meer dan een eerlijk deel (overbetaling).¹

In eerste instantie zal men dan geneigd zijn te veronderstellen dat het bij dergelijke termen altijd om verdeling gaat: verdeling van de kosten (wie betaalt wat) of verdeling van de opbrengsten (wie krijgt wat). Er bestaat naast dergelijke distributieve rechtvaardigheid echter nog procedurele rechtvaardigheid. Procedurele rechtvaardigheid draait niet om de uitkomsten, maar om de wijze waarop – de procedure waarmee – de uitkomsten tot stand zijn gekomen (Lind en Tyler 1988). Procedurele rechtvaardigheid kan soms belangrijker zijn dan distributieve rechtvaardigheid, en kan overwegingen betreffende uitkomsten naar de achtergrond drukken. Wanneer de procedure rechtvaardig wordt gevonden, zijn mensen bijvoorbeeld meer geneigd om beslissingen die nadelig voor hen zelf uitpakken (tegen hun eigenbelang ingaan) toch te accepteren. Het krijgen van inspraak is hiervan een goed voorbeeld (zie ook hoofdstuk 5).

2.3 MAXIMALISATIE

Het streven naar maximale opbrengsten is een aanname die al door Nobelprijswinnaar Herbert Simon in de jaren vijftig van de vorige eeuw in twijfel werd getrokken. Simon (1956: 129) schreef: “Organisms adapt well enough to ‘satisfice’; they do not, in general, optimize”. Met andere woorden: mensen nemen vaak genoegen met een *voldoende* resultaat, ook al is dit wellicht niet het *beste* resultaat. Een belangrijke reden hiervoor is dat het verkrijgen van het beste resultaat te veel denkwerk zou vergen. En daar zijn we niet voor toegerust. Hier komen we in paragraaf 2.3 op terug.

Als we ervan uitgaan dat mensen willen maximaliseren, lijkt het redelijk om ook te veronderstellen dat mensen graag veel keuze hebben. Immers, hoe meer keuzes te groter de kans dat er een optie is die optimaal aansluit bij de eigen wensen. En inderdaad, mensen prefereren opties die keuze bieden boven opties die geen keuzes bieden; zelfs wanneer de keuze niet tot betere uitkomsten kan leiden (bijv. Bown, Read en Summers 2003). Dat wil echter niet zeggen dat men bij meer keuze uiteindelijk ook gelukkiger is. Gilbert en Ebert (2002) lieten studenten aan een cursus fotografie deelnemen en gaven ze als dank een afdruk van een foto naar keuze. De helft van de deelnemers maakte direct de definitieve keuze. De andere helft kreeg een aantal dagen de gelegenheid deze keuze te veranderen indien

gewenst. Zij hadden dus een extra optie, die ook zeer aantrekkelijk werd gevonden (zie ook Shin en Ariely 2004). Het gevolg van deze extra keuzeoptie was echter verrassend: uiteindelijk waren deze deelnemers minder tevreden met hun keuze. Hier hebben we dus een interessant conflict. Mensen willen graag kunnen kiezen, maar zijn uiteindelijk niet noodzakelijk blijer als ze meer keuze hebben.

Deze onvrede met keuzevrijheid is ook te vinden in een nu al klassieke studie van Iyengar en Lepper (2000). Zij gaven mensen in een supermarkt de mogelijkheid om jam te proeven. Op verschillende dagen gaven ze de consumenten een keuze uit 6 jams of uit 24 jams. Ze ontdekten dat er meer mensen kwamen kijken bij het grote aanbod dan bij het kleine aanbod. Echter, het percentage dat uiteindelijk besloot jam te kopen was vele malen hoger wanneer er slechts 6 jams gepresenteerd werden dan bij een presentatie van 24 jams. De uitgebreide keuze vergrootte dus wel de initiële aandacht maar verminderde de verkoop. In andere (laboratorium)studies zijn deze resultaten gerepliceerd en werd ook gevonden dat mensen ontevreden werden bij een te groot keuzeaanbod. Iyengar en Lepper noemen dit het *choice overload phenomenon*.

Later lieten Schwartz en collega's (Schwartz et al. 2002) zien dat dit soort effecten van keuzestress niet voor iedereen even sterk optreden. Op grond van de hierboven besproken inzichten van Simon (1956) ontwikkelden zij een vragenlijst waarmee ze mensen kunnen classificeren als *maximizer* of *satisficer*. *Maximizers* zijn mensen die altijd het beste willen (eigenlijk degenen die zich gedragen conform de assumptie van de rationele keuzetheorie), terwijl *satisficers* tevreden zijn wanneer iets 'goed genoeg' is. Zij vonden dat *maximizers* meer informatie zoeken voor en na de keuze, dat ze zichzelf meer vergelijken met anderen en dat ze (daardoor) vaker spijt ervaren en minder tevreden met hun leven zijn. Het streven naar meer bleek dus ook hier niet tot meer geluk te leiden. Iets soortgelijks bleek ook uit een vervolgstudie onder afgestudeerden van een elftal verschillende universiteiten. Een jaar na voltooiing van de studie waren *maximizers* weliswaar objectief – qua salaris – beter af dan *satisficers*. Zij waren tegelijkertijd echter ook minder gelukkig en minder tevreden met hun baan (Iyengar, Wells en Schwartz 2006).

Samengevat: mensen waarderen het hebben van keuze en streven dit ook na. In die zin bestaat er een behoefte aan maximalisatie. Echter, voor sommige mensen (*satisficers*) en in sommige situaties is het optimale niet nodig en is er tevredenheid met elke uitkomst die goed genoeg is. Daarnaast resulteert een overdaad aan keuzes vaak in ontevredenheid en soms in minder optimale keuzes. Dit komt ook in de volgende paragraaf naar voren, waarin we bekijken hoe mensen omgaan met informatie.

2.4 MAXIMAAL GEBRUIK VAN INFORMATIE

Wanneer we willen aannemen dat mensen optimaal gebruikmaken van alle beschikbare informatie over keuzealternatieven, moeten we ook beseffen dat we dan veel verwachten van de mens. Bij de aanschaf van een nieuwe laptop lopen de meeste mensen redelijk snel tegen hun beperkingen aan. Wat betekent het dat er in dit type laptop een Intel® Core™ 2 Duo Processor P8400 (2,20 GHz, 3 MB L2-cache, 1066 MHz FSB) zit? Hoeveel euro extra is me dat waard? Heb ik dat eigenlijk wel nodig wanneer ik vooral gebruikmaak van tekstverwerking en internet? En is het bij een keuze uit verschillende ziektekostenverzekeringen niet wat veel gevraagd om alle verzekeringen met elkaar te vergelijken en ‘door te rekenen’ wat de gunstigste is?

Volgens de rationele keuzetheorie kunnen we dat en doen we het ook. Wanneer we bijvoorbeeld een keuze uit tien verzekeringen maken, bekijken we eerst welke karakteristieken elke verzekering heeft (hoe zit het met de premie, de tandartsverzekering, de meeverzekering van kinderen, de vergoeding voor huidtherapie, lichttherapie, contactlenzen, enzovoorts?). Het moge duidelijk zijn dat dit al gauw een (te) moeilijk en (te) arbeidsintensief karwei is. Vaak gebruiken mensen strategieën om de keuze te vereenvoudigen.

Dit kan bijvoorbeeld door alleen de voor u echt belangrijke attributen van alle alternatieven te betrekken in het keuzeproces en uit deze minder uitgebreide keuzeset het beste alternatief te kiezen. Dat zou bij de verzekering kunnen betekenen dat iemand alleen naar prijs en de meeverzekering van kinderen kijkt en vervolgens de verzekering kiest die op deze aspecten het beste scoort. Dit is wat Simon (1956) bedoelde met begrensde rationaliteit: binnen onze cognitieve beperkingen maken we een zo goed mogelijke keuze op basis van zo veel mogelijk informatie.

Het kan echter nog simpeler. Men kan bijvoorbeeld de *satisficing*-regel gebruiken (wederom ontleend aan Simon 1955). Hierbij worden alternatieven één voor één bekeken. Het eerste alternatief dat als ‘goed genoeg’ uit de bus komt (dat wil zeggen: voldoende aan de minimale eisen die men aan het alternatief stelt), wordt gekozen. Bij deze beslissstrategie heeft dus het alternatief dat men het eerste tegenkomt de grootste kans gekozen te worden. Deze regel wordt vaak gebruikt bij de aanschaf van kleding, maar ook bij belangrijkere beslissingen als het kopen van een huis, aantrekken van nieuw personeel of het accepteren van een baan.

Wanneer mensen geconfronteerd worden met meer informatie dan ze kunnen of willen verwerken, gaan ze vaak eenvoudigere regels toepassen. Hierdoor vermindert de mentale belasting: het beslisproces wordt verkort en niet alle (relevante) attributen worden in overweging genomen. Zulke strategieën kunnen uiteraard

tot suboptimale keuzes leiden (dat wil zeggen keuzes die objectief gezien niet de beste eindscore hebben), doordat niet van alle alternatieven dezelfde attributen worden gebruikt en vergeleken. Immers, sommige alternatieven of attributen worden niet betrokken in het beslisproces. Echter, uit onderzoek blijkt dat dit niet altijd nadelig hoeft te zijn. Wanneer beslissingen snel genomen moeten worden, kan een eenvoudige maar snelle wijze van beslissen juist superieur zijn (Bettman, Johnson en Payne 1991).

Bovenstaande strategieën gaan alle nog uit van een (meer of minder uitgebreid) keuzeproces en van een (meer of minder uitgebreide) beschouwing en afweging van informatie. Vaak echter nemen we beslissingen op basis van gewoonte. We doen wat we al jaren doen. (Bijvoorbeeld: Aarts en Dijksterhuis 2000). Hoewel supermarkten vol liggen met verschillende soorten frisdranken, kopen velen van ons uit gewoonte altijd hetzelfde merk cola, bestellen bij de Chinees altijd hetzelfde menu en nemen altijd dezelfde route van het werk naar huis. Soms kan deze gewoonte inderdaad de optimale uitkomst opleveren. Wanneer u eenmaal de snelste weg naar huis heeft bepaald, door nadrukkelijke afweging van alle alternatieven, wordt u er waarschijnlijk niet slechter van wanneer u de jaren daarna dezelfde route volgt.² Bij veel van onze gewoontes is echter geen sprake van een maximaal resultaat en komen we eenvoudig nooit te weten of nummer 43 bij de Chinees niet eigenlijk veel lekkerder is dan het gebruikelijke menu (zie ook hoofdstuk 4).

Dit alles heeft uiteraard gevolgen voor de wijze waarop mensen het best benaderd kunnen worden. Het gegeven dat mensen niet alle informatie even uitgebreid beschouwen, en soms meer varen op gewoontes dan op een zorgvuldige afweging van informatie, geeft aan dat informatieverschaffing niet altijd zal voldoen. Dit betekent niet dat gedrag niet gestuurd kan worden. Het betekent wel dat men bij de vormgeving van beleid zich een beeld moet vormen van *welke* informatie men wil overbrengen. In sommige gevallen betekent het echter ook dat men alternatieve vormen van sturing moet overwegen. Wanneer gedrag min of meer op de automatische piloot plaatsvindt, kunnen subtiele *cues* in de omgeving zeer effectief zijn (zie ook hoofdstukken 4 en 8).

2.5 PERFECT INCALCULEREN VAN ONZEKERHEID

Beslissen gaat vaak gepaard met onzekerheid. Wat zijn de kansen op hart- en vaatziekten wanneer u een pakje sigaretten per dag rookt? En hoe liggen de kansen wanneer u stopt? Hoewel wetenschappelijk onderzoek enige duidelijkheid kan brengen met pogingen deze kansen te objectiveren en te kwantificeren, hoeven de 'objectieve' kansen niet overeen te komen met de kansen waarvan de individuele beslisser uitgaat. Inschattingen zijn verre van perfect. Integendeel, kansschattingen lijken uitermate subjectief.

Ten eerste omdat mensen vaak overmatig optimistisch zijn in hun inschattingen; onrealistisch optimistisch (Weinstein 1980). Het merendeel van de automobilisten is er- van overtuigd dat ze bovengemiddeld goed autorijden. Evenzo onderschatten de meeste mensen de kans dat juist zij op latere leeftijd een hartaanval of longkanker zullen krijgen. Een dergelijk optimisme kan uiteraard prettig zijn voor de gemoedrust, maar zal uiteindelijk wel van invloed zijn op de beslissingen die mensen nemen. En daarmee heeft het uiteraard ook implicaties voor de vraag hoe gedrag het best bij te sturen is (bijvoorbeeld door realistische kansschattingen te communiceren).

Naast een algemene neiging tot optimisme bij kansschattingen zijn er nog aanvullende oorzaken waardoor mensen de kansen niet altijd correct schatten. Zo maken mensen bij hun inschattingen gebruik van bepaalde vuistregels (heuristieken; Tversky en Kahneman 1974). Die vuistregels kunnen zeer behulpzaam zijn, maar ook leiden tot een inaccuraat inschatting. Zo laten we ons bij onze inschatting vaak leiden door het gemak waarmee we een situatie kunnen oproepen die overeenkomsten vertoont met de situatie waarover we een beslissing willen nemen (beschikbaarheidsheuristiek). Wat is de kans dat een dijk doorbreekt? Bij de inschatting van de kans kunnen we ons laten leiden door het gemak waarmee we een voorbeeld ervan in ons geheugen kunnen oproepen. Hoe makkelijker we een voorbeeld kunnen oproepen, hoe hoger we de kans schatten. Met de dijkdoorbraken in New Orleans 'op ons netvlies' (dat wil zeggen: zeer beschikbaar in ons geheugen) zijn we waarschijnlijk meer geneigd de kans op een dijkdoorbraak te overschatten. Dit voorbeeld illustreert overigens dat media hierbij een grote rol kunnen spelen.

Een tweede vuistregel die we hanteren is dat we ons bij kansschattingen laten leiden door de mate waarin een situatie lijkt op – representatief is voor – een situatie waar we eerdere kennis over hebben (representativiteitsheuristiek). Meer specifiek gaat het hier om oordelen als “wat is de kans dat A hoort bij B?” of “wat is de kans dat A tot B zal leiden?”. Ter illustratie: stel dat men zes keer een munt opgooit en kijkt of kop (K) boven valt of munt (M): wat is dan de kans dat men dan als volgorde K-M-K-M-M-K gooit of K-K-K-M-M-M? Terwijl beide volgorden even waarschijnlijk zijn, vinden de meeste mensen toch de laatste volgorde minder waarschijnlijk. Waarom? Omdat een regelmatige reeks niet op ons overkomt als toevallig.

Een verdere vertekening kan optreden doordat onze kansschattingen ook volgens een proces van ‘ankering-en-aanpassing’ verlopen. Bij een kansschatting maken mensen vaak een initiële inschatting die vervolgens aangepast wordt (ankeringsheuristiek). Deze aanpassing is echter vaak onvoldoende. Wanneer u mensen de kans laat schatten dat ze binnen twee jaar ontslagen zullen worden, zullen ze deze kans hoger schatten wanneer u ze eerst (als anker) de vraag stelt of deze kans hoger of lager dan 80 procent is dan wanneer u de vraag stelt of deze kans hoger of lager dan 1 procent is.

Bovenstaande inzichten gaan alle in op de inschatting van onzekerheid. Minstens zo belangrijk is de vraag hoe mensen omgaan met onzekerheid. In het algemeen hebben mensen een grote voorkeur voor zekerheid. Zo laten mensen opties waarvan de kosten/opbrengsten zeker zijn veel zwaarder (onevenredig zwaarder) meewegen dan onzekere kosten/opbrengsten (het 'zekerheidseffect'; Kahneman en Tversky 1979). Wanneer mensen bijvoorbeeld kunnen kiezen tussen twee opties (A en B), waarbij een keuze voor A betekent dat men 3 euro ontvangt, terwijl men bij een keuze voor B 80 procent kans op 4 euro heeft, kiezen veel mensen voor optie A, het zekere alternatief. Wanneer men echter de kansen op optie A en B met 10 procent vermenigvuldigt (en mensen dus laat kiezen tussen 10 procent kans op 3 euro of 8 procent kans op 4 euro) draait de voorkeur vaak zelfs om. Waarom? Omdat optie A een deel van de aantrekkelijkheid verliest (de zekerheid).

De voorkeur voor zekerheid uit zich niet alleen in de weging van opties. Als het even kan, willen mensen situaties en keuzeopties die omgeven zijn met ambiguïteit vermijden (zie bijvoorbeeld Ellsberg 1961). Bovendien blijken mensen ronduit slecht in het doordenken van onzekere keuzeopties (Van Dijk en Zeelenberg 2003). Ter illustratie hier een nu reeds klassiek voorbeeld, dat ooit werd voorgelegd aan Amerikaanse studenten (Tversky en Shafir 1992). Deze studenten werd een aantrekkelijke optie voorgelegd om een vakantie naar Hawaï te boeken. Een deel van de studenten werd gevraagd zich voor te stellen dat ze net een tentamen gehaald hadden; een ander deel dat ze het tentamen niet gehaald hadden. Wat bleek was dat beide groepen studenten graag de vakantie wilden boeken. Interessant was echter dat er ook een derde groep studenten was die de reis voorgelegd kregen, maar aan wie werd gevraagd zich voor te stellen dat ze nog niet wisten of ze geslaagd of gezakt waren voor het tentamen. Zij waren dus onzeker. Deze groep studenten bleek *niet* bereid de vakantie al te boeken. Dat is uiteraard opmerkelijk. Wanneer ze de enige twee mogelijke uitkomsten bij deze onzekerheid zouden doordenken, óf je slaagt, óf je zakt, zou je verwachten dat ze de reis zouden boeken. Immers, als je op vakantie wilt als je geslaagd bent én als je gezakt bent, kun je net zo goed op vakantie gaan als je niet weet of je geslaagd of gezakt bent. Men deed dat niet, en was blijkbaar niet in staat de consequenties van de enige twee mogelijke uitkomsten te doordenken. Wanneer men bedenkt dat de meeste beslissingen uit meer dan twee opties bestaan, is het duidelijk dat we hier met een zeer fundamenteel en belangwekkend probleem te maken hebben. Het impliceert dat men er niet zomaar vanuit kan gaan dat mensen bij onzekerheid echt de consequenties van de verschillende mogelijke uitkomsten doordenken.

Al met al laten bovenstaande inzichten maar weinig bewijs zien voor het rationeel incalculeren van onzekerheid. Zekerheid wordt zwaarder gewogen dan onzekerheid, kansen worden vaak verkeerd geschat, mensen vermijden liever onzekere opties en zijn ook nog eens slecht in het doordenken van onzekere uitkomsten.

2.6 RATIONEEL VERDISCONTEREN VAN DE TOEKOMST

De rationele keuzetheorie gaat ervan uit dat we de toekomst rationeel verdisconteren. Bij de afweging tussen opbrengsten die op de korte termijn en op de lange termijn optreden, verdisconteren mensen de onzekerheid die op de lange termijn kan optreden. Mensen hebben bijvoorbeeld liever 100 euro nu dan 100 euro over een maand. Dat kan rationeel zijn en duiden op een correcte verdiscontering van onzekerheid. Echter, ook wanneer mensen de keuze hebben tussen 100 euro vandaag of 110 euro over een week, blijken velen te kiezen voor de 100 euro nu (wat overigens op een absurd rentepercentage neerkomt). En wanneer ze de keuze hebben tussen 100 euro over een jaar of 110 over een jaar en een week, kiest de grote meerderheid voor het laatste. Deze verandering van preferenties, die laat zien dat mensen onmiddellijke beloningen prefereren boven uitgestelde beloningen, is problematisch voor de rationele keuzetheorie.³

Het beschrijven en verklaren van preferenties door de tijd heen blijkt moeilijk te zijn, terwijl het een verschijnsel van alledag is. Zo hebben de meesten van ons een voorkeur voor een goed verzorgde oude dag, maar tegelijkertijd geen zin om daar op dit moment tijd en geld in te steken. Ook willen we graag gezond zijn en blijven, maar beginnen we liever morgen met sporten en te letten op ons dieet. Thaler spreekt in dit verband over een conflict tussen de 'doener' en de 'planner' in ons. Terwijl de doener steeds de kortetermijndoelen nastreeft, probeert de planner in ons de langetermijndoelen te verwezenlijken. Vaak wint de doener het van de planner (bijvoorbeeld Thaler en Shefrin 1981). Ofwel, de mens heeft te kampen met een gebrekkige 'zelfcontrole', die leidt tot diverse problemen als overgewicht, onafgemaakte studies, en onvolledige pensioenen (zie ook hoofdstuk 3).

Mensen proberen op allerlei wijzen hun gebrek aan zelfcontrole in de hand te houden. Dit is echter vaak maar beperkt mogelijk en vereist een flinke dosis wilskracht. Deze wilskracht kunnen we vaak kortstondig nog wel opbrengen, maar uiteindelijk kan het tot 'wilsuitputting' leiden waarbij we toch toegeven aan onze (doener)impulsen (Baumeister, Schmeichel en Vohs 2007). Een voor velen herkenbaar voorbeeld is de zelfcontrole die mensen soms moeten leveren om af te vallen. Terwijl dit overdag met grote moeite nog lukt, vinden velen zich op het einde van de dag, wanneer de wilskracht uitgeput is, terug voor de koelkast. Op zoek naar een lekker stuk kaas.

Een belangrijke vraag is hoe deze verschillen tussen de korte- en langetermijnperspectieven te begrijpen zijn en in hoeverre ze gebruikt kunnen worden bij de sturing van gedrag. Een inzichtelijk kader wordt hierbij geboden door de *construal level theory* (Trope en Liberman 2003). Deze theorie stelt grofweg dat wanneer we keuzes maken voor de korte termijn ("Wat gaan we vanavond doen?"), we ons laten leiden door overwegingen die te maken hebben met de haalbaarheid en

kortetermijnbevrediging van behoeften. Wanneer we keuzes maken voor de lange termijn (“Hoe wil ik leven wanneer ik met pensioen ben?”), laten we ons meer leiden door overwegingen die te maken hebben met wenselijkheid, principes en idealen. Dat is precies de reden waarom je sprekers voor congressen lange tijd van te voren moet uitnodigen. Dan denken zij aan hoe leuk het is om naar een andere plaats of een ander land te reizen en contacten te leggen met geïnteresseerde collega’s. Als het uur U dichterbij komt, wordt steeds duidelijker dat het geven van een presentatie ook gewoon werk (voorbereiding) is dat interfereert met andere werkzaamheden. Het reizen op zich wordt ook minder leuk omdat de negatieve kanten van dichtbij gezien de overhand krijgen.

De verandering van preferenties op korte termijn in vergelijking met de lange termijn lijkt dus vooral te maken te hebben met de aspecten waar we rekening mee houden (voor de korte termijn is er de focus op haalbaarheid en voor de lange termijn de focus wenselijkheid). Dit biedt natuurlijk allerlei handvatten voor interventies en beleidsinitiatieven. Wanneer het lukt om de focus van mensen op de lange termijn te richten, kunnen we gedrag opwekken dat op de lange termijn beter is voor de beslisser en wellicht ook voor zijn of haar omgeving. Onderzoek van Richard, Van der Pligt en De Vries (1996) laat bijvoorbeeld zien dat wanneer men erin slaagt adolescenten een langetermijnperspectief te laten aanschouwen, zij meer geneigd zijn condooms te gebruiken bij losse seksuele contacten.

2.7 STABIELE VOORKEUREN

Hierboven bespraken we hoe voorkeuren instabiel kunnen zijn door de tijd heen, maar in hoeverre zijn voorkeuren van mensen stabiel in het hier en nu? Wanneer u iemand vraagt of deze een nationaal inentingsprogramma steunt dat het mogelijk maakt duizend mensen te redden, geeft diens antwoord (ja, nee) dan inzicht in wat iemands echte, stabiele, voorkeur is? Of is de losgeweekte voorkeur veranderlijk? Misschien wel veranderlijker dan het weer?

Voorkeuren kunnen zeer instabiel zijn en uiterst vatbaar voor de wijze waarop de vraag gesteld wordt. Stelt u zich eens de volgende keuze voor die ooit aan Amerikaanse studenten werd voorgelegd (Tversky en Kahneman 1981). Uw land bereidt zich voor op het uitbreken van een zeldzame Aziatische ziekte, waarvan verwacht wordt dat deze 600 mensen zal doden. Er zijn twee medische behandelingen om de ziekte te bestrijden. Op basis van wetenschappelijk onderzoek wordt aangenomen dat beide behandelingen de volgende gevolgen hebben: bij het volgen van behandeling A wordt van 200 mensen het leven gered. Bij het volgen van behandeling B is er een kans van een derde dat van 600 mensen het leven wordt gered en een kans van twee derde dat van niemand het leven wordt gered. Welke behandeling zou uw voorkeur hebben? Wanneer u net zo zou reageren als de meeste deelnemers aan dit (al vaak gerepliceerde) onderzoek, geeft u de voorkeur aan behan-

deling A: de risicovermijdende keuze (want de uitkomst van behandeling A is zeker).

Maar wat nu als we de situatie *iets* anders presenteren en het volgende zouden zeggen: Bij het volgen van behandeling A zullen 400 mensen sterven. Bij het volgen van behandeling B is er een kans van een derde dat niemand zal sterven en een kans van twee derde dat 600 mensen zullen sterven. Objectief gezien is dit dezelfde situatie als die van daarnet. Het enige verschil is dat het probleem nu niet in termen van te redden levens wordt gepresenteerd; er is nu sprake van doden. Wat maakt dit voor uw voorkeur uit? Wanneer u wederom net zo zou reageren als de deelnemers aan dit onderzoek, zou u nu opeens de voorkeur aan behandeling B geven: de riskante optie. Mensen blijken veel meer geneigd tot risico wanneer de uitkomsten negatief zijn (in dit geval doden) dan wanneer de uitkomsten positief zijn (in dit geval overlevenden). In hoofdstuk 3 wordt nader ingegaan op dit fenomeen, maar voor nu volstaat de conclusie dat voorkeuren niet stabiel zijn maar vaak zeer eenvoudig door een andere presentatie en vraagstelling te beïnvloeden zijn. Dit stelt uiteraard ook de vraag wat nu iemands echte voorkeur is. Was uw eerste antwoord uw echte voorkeur of was uw tweede antwoord de echte?

Een andere oorzaak waardoor voorkeuren vaak weinig stabiel lijken, is gelegen in het al dan niet aanwezig zijn van een keuzecontext. Wanneer men opties ‘in isolatie’, dus zonder vergelijkingscontext moet beschouwen, komen mensen vaak tot andere voorkeuren dan wanneer er wel sprake is van een vergelijkingscontext. Ter illustratie hiervan wederom een eenvoudig voorbeeld, ontleend aan onderzoek (Hsee 1996). Stelt u zich voor dat u een woordenboek wilt aanschaffen en dat u dan de volgende optie heeft: U kunt een woordenboek met 20.000 woorden kopen waarvan de voorkant gescheurd is. Hoe aantrekkelijk lijkt u dit woordenboek? Ongetwijfeld zult u nu denken dat dit niet aantrekkelijk is en u zult maar weinig geld voor dit ‘boek met scheur’ hebben. Over een woordenboek zonder scheur zou u ongetwijfeld veel positiever denken. Wanneer u als enige optie gekozen had over een scheurloos woordenboek met 10.000 woorden had u waarschijnlijk een veel positiever oordeel gehad. In isolatie wel te verstaan. Maar wat als u de twee woordenboeken naast elkaar aangeboden kreeg? Een woordenboek met 20.000 woorden met een scheur versus een woordenboek met maar 10.000 woorden? Wanneer u wederom net als anderen zou reageren, zou u dan opeens een voorkeur voor het boek met scheur hebben. U zou de scheur op de koop toe nemen en bedenken dat 20.000 toch maar mooi twee keer zoveel als 10.000 is.

Beleidsmakers zijn waarschijnlijk niet zozeer geïnteresseerd in het slijten van woordenboeken. De processen die hier beschreven zijn, zijn echter zo fundamenteel en essentieel dat beleidsmakers er goed aan doen deze inzichten serieus te nemen. Het algemenere punt in dit geval is dat wanneer men opties in isolatie beschouwt sommige aspecten minder gewicht lijken te krijgen doordat ze – in

isolatie – niet altijd goed te evalueren zijn. Wat moet men denken van 10.000 woorden; is dat veel of weinig? Een dergelijk aspect kan dan weinig gewicht krijgen. Wanneer er een vergelijkingscontext aanwezig is, kan een dergelijk aspect opeens meer betekenis krijgen en aan gewicht winnen ($20.000 = 2 * 10.000$). Dergelijke processen zijn zo algemeen dat zij kunnen optreden bij elke beslissing met moeilijk evalueerbare karakteristieken. Een beleidsmaatregel die de luchtkwaliteit met 4 procent verbetert, kan in isolatie wellicht op minder instemming rekenen dan een maatregel die iedereen in Nederland er 500 euro op vooruit laat gaan. Bij vergelijking van beide opties kan het echter zeer wel zijn dat men toch voor de eerste optie de meeste handen op elkaar krijgt. Voorkeuren zijn niet stabiel.

2.8 EMOTIES

De grote afwezige in de bespreking tot nu toe is de emotie. Eenieder die wel eens belangrijke beslissingen neemt, privé of professioneel, weet dat deze niet alleen genomen worden op basis van koele, afstandelijke berekeningen van mogelijk toekomstig nut. Integendeel, in veel van deze keuzes spelen emoties een belangrijke rol.

Vaak worden rationaliteit en emoties als tegenpolen gezien. Bij belangrijke beslissingen wordt bijvoorbeeld verondersteld dat het goed is om de emoties er even buiten te laten. Naast de vraag of dit eigenlijk wel mogelijk is, kan men de vraag stellen of dit wel raadzaam is. Interessant hierbij zijn de bevindingen van Damasio (1995), een neuroloog die onder andere patiënten onderzocht die een hersenbeschadiging hadden opgelopen in het hersengebied dat de emoties aanstuurt. Zulke patiënten tonen bijvoorbeeld geen emotionele reactie wanneer ze gruwelijke afbeeldingen (als een bloedend hoofd) te zien krijgen. Voor het huidige thema is het echter interessant om te zien dat deze patiënten ook slechtere beslissingen namen in goktaken. Zij bleven bijvoorbeeld risico's nemen, ook wanneer de uitkomst bij herhaling nadelig was. Emoties, zo lijkt het, kunnen behulpzaam zijn bij het correct inschatten van risico's en het nemen van goede beslissingen. Het idee hierbij is dat onze emoties als signalen werken die beslissingen ten goede kunnen bijstellen en sturen.

We baseren onze oordelen en beslissingen dus vaak op het gevoel dat bij ons opgevoerd wordt, hetgeen beschreven wordt in het onderzoek naar de *affect-heuristic* (Slovic, Finucane, Peters en MacGregor 2002). Wanneer we een positief gevoel hebben, onderschatten we bijvoorbeeld de kans op een nadelige uitkomst. De affectheuristic zal in veel gevallen het nemen van beslissingen vergemakkelijken, maar kan ook resulteren in het maken van fouten. Dit kan gebeuren als het gevoel dat door een keuzealternatief wordt uitgelokt niet overeenkomt met de objectieve voor- en nadelen van dat alternatief. Men kan uiteraard deze inzichten ook gebruiken om gedrag te beïnvloeden en te sturen. Zo gebruiken artiesten vaak namen die

positief affect uitlokken, presenteren marketeers hun producten op een manier die een goed gevoel uitlokt, draaien supermarkten muziek, en gebruiken postorder-catalogi modellen die vriendelijk lachen en er goed uitzien. In deze gevallen wordt de link tussen positief affect en positieve evaluatie dus strategisch gebruikt.

Het inzicht dat emoties belangrijk zijn bij het nemen van beslissingen is niet nieuw. Klassieke economische theoretici zoals Jeremy Bentham (1789), Stanley Jevons (1871) en Adam Smith (1759) waren zich al bewust van deze invloed en beschreven die in detail. Helaas bleef het bij die vroege beschrijvingen en verloren besliskunde en economie hun interesse in emoties. Dit had waarschijnlijk alles te maken met het feit dat emoties als intrinsiek instabiel, onvoorspelbaar en onmeetbaar werden gezien. Sindsdien is er veel gebeurd en weten we dat emoties zich wetmatig gedragen (zie voor een recent overzicht Frijda 2008) en dat ze betrouwbaar gemeten kunnen worden via vragenlijsten en fysiologische maatstaven (Larsen en Fredrickson 1999; Parrott en Hertel 1999).

Tegenwoordig zien we daarom steeds meer onderzoek naar de rol van emoties bij economische beslissingen. In een deel van dit onderzoek wordt een koppeling gemaakt tussen emoties en het thema dat we eerder bespraken: de geneigdheid van mensen om naast hun eigenbelang ook oog te hebben voor de belangen van anderen. Dit grijpt in feite terug op ideeën die ongeveer 250 jaar geleden al geopperd werden door Adam Smith. Volgens Smith waren de morele emoties (*moral sentiments*; zie ook Haidt 2003) belangrijk voor het goed functioneren van de maatschappij. Morele emoties zouden ertoe bijdragen dat mensen zich aan normen en conventies houden. De econoom Robert Frank (2004) heeft het in dit geval over morele emoties als *commitment devices*. In overeenstemming met deze ideeën blijkt dat negatieve morele emoties als schuld en schaamte mensen ertoe kunnen brengen om zich in te zetten voor de belangen van anderen (bijvoorbeeld De Hooge, Zeelenberg en Breugelmans 2007; Ketelaar en Au 2003).

Naast morele emoties spelen ook emoties een rol die nadrukkelijker gekoppeld zijn aan het keuzeproces en de vergelijkingen die mensen daarbij maken. De duidelijkste voorbeelden hiervan zijn de emoties spijt en teleurstelling. Deze emoties ervaren we wanneer we behaalde uitkomsten vergelijken met de uitkomsten die we gekregen zouden hebben als we anders gekozen hadden (in het geval van de emotie spijt) of met de uitkomsten die we verwacht hadden (in het geval van teleurstelling). Spijt verschilt van teleurstelling, omdat spijt alleen ervaren wordt wanneer er een keuzemoment aan voorafging. Zo reisde een van de auteurs van dit artikel enige tijd geleden met de trein van Tilburg naar Leiden voor een afspraak met de medeauteur. Toen hij voor vertrek een kaartje wilde kopen waren er twee loketten open, allebei met een behoorlijke rij. Hij keek goed naar beide rijen en koos toen de linkerrij. Op het moment dat hij bijna aan de beurt was, bleek dat degene voor hem juist op deze dag een ingewikkelde reis door Nederland

kwam plannen waarbij alle mogelijke (en onmogelijke) kortingsacties besproken werden. De andere rij schoot behoorlijk op. Toen hij eindelijk aan de beurt was, bleek de trein al vertrokken. Hij realiseerde zich dat als hij de andere rij gekozen had, hij wel op tijd was geweest en was vervuld van spijt. Natuurlijk ervoer hij ook teleurstelling. Als er echter maar één rij was geweest, had hij evenveel teleurstelling ervaren, maar geen spijt. Er was dan immers geen keuze geweest. Kortom, teleurstelling is vooral aan de uitkomst gerelateerd, terwijl spijt aan uitkomsten en keuzes gerelateerd zijn. Hoe zijn deze emoties nu van belang bij het maken van keuzes?

In het begin van de jaren tachtig kwam een aantal economen onafhankelijk van elkaar op het idee dat mensen bij het maken van keuzes rekening houden met mogelijke spijt die ze *achteraf* zouden kunnen ervaren (Bell 1982; Loomes en Sugden 1982). Dit resulteerde in de 'spijttheorie'.⁴ De spijttheorie heeft twee belangrijke aannames. Ten eerste wordt ervan uitgegaan dat mensen spijt kunnen ervaren als een gevolg van een beslissing. De tweede aanname is dat mensen bij het maken van keuzes mensen op de mogelijke spijt anticiperen en daarbij hun spijt trachten te minimaliseren (en positieve emoties als blijdschap en opluchting proberen te maximaliseren).

Dat mensen spijt willen vermijden is onder andere ook aangetoond in een analyse van beslissingen om deel te nemen aan de Postcode Loterij en de Staatsloterij. Het voorkómen van spijt is een belangrijkere drijfveer voor het meespelen aan de Postcode Loterij dan voor het meespelen aan de Staatsloterij (Zeelenberg en Pieters 2004). Een belangrijk verschil tussen beide loterijen is dat bij de Postcode Loterij de mogelijke spijt van het niet meespelen veel saillant en reëler is dan bij de Staatsloterij. Bij de Postcode Loterij bestaat namelijk altijd de kans dat men – zelfs wanneer men niet meespeelt – spijt kan krijgen wanneer men te weten komt dat de eigen postcode is getrokken en de fanfare de straat binnenkomt. Dergelijke spijt van niet-spelen is minder saillant in de Staatsloterij waar men immers niet het idee hoeft te hebben dat wanneer de buurman wint men zelf ook had gewonnen als men maar meegespeeld had.

Een vraag die hieruit voortkomt, is hoe goed mensen eigenlijk zijn in het voorspellen van hun toekomstige emoties. Dit is vooral een relevante vraag omdat beslissers zich wellicht niet moeten baseren op de verwachting over die emoties, wanneer ze niet goed kunnen voorspellen hoe ze zich zullen voelen bij de uitkomsten van hun keuzes. Een recente lijn van onderzoek lijkt aan te tonen dat we systematische fouten maken bij deze voorspellingen (zie voor overzichten, Loewenstein en Schkade 1999; Wilson en Gilbert 2003).

De meest robuuste bevinding is dat mensen hun emotionele reacties overschatten in zowel de intensiteit van die reacties als de duur ervan (de *impact bias*; Wilson

en Gilbert 2003). Wanneer we een nieuwe auto aanschaffen, kunnen we misschien denken dat we maandenlang blij achter het stuur kruipen; de werkelijkheid is echter dat het nieuwe er vaak na een weekje wel af is. Hetzelfde geldt voor negatieve emoties als spijt. In anticipatie kunnen die emoties groot zijn en daarmee belangrijk in het keuzeproces. Gelukkig hoeft dat nog niet te betekenen dat na een miskoop mensen zich nog jaren voor het hoofd slaan. Op zich is het niet zo'n probleem als mensen hun emoties overschatten. Het wordt vooral een probleem als ze op basis van die voorspellingen kiezen voor iets wat ze eigenlijk niet waarderen. Gilbert en Wilson (2000) noemen dit *miswanting*. Soms willen we iets, maar zijn we niet blij als we het krijgen. Dit zagen we al eerder bij de bespreking van assumptie 2: mensen willen vaak veel keuze, maar zijn daarmee uiteindelijk minder gelukkig.

Samengevat: veel van de keuzes en beslissingen die mensen nemen, worden gekleurd door de emoties die op dat moment ervaren of verwacht worden. Het goed begrijpen van de beslisser om zodanig de keuzes te kunnen sturen of begeleiden vergt dus inzicht in de psychologie van emoties. Een puur rationele benadering van keuzes doet geen recht aan het rijke emotionele leven van de mens en resulteert in een suboptimaal begrip van zijn gedrag.

2.9 DE MENSELIJKE BESLISSER

Voor een goed begrip van de mogelijkheden en beperkingen bij de sturing van gedrag is het van belang te weten hoe de beslisser beslist. De rationele keuzetheorie is een benadering van hoe mensen keuzes maken of wellicht beter: hoe ze keuzes zouden moeten maken. Deze theorie, die toonaangevend is binnen de economie maar ook binnen andere sociale wetenschappen, is gebaseerd op een aantal impliciete en expliciete aannames omtrent de mens. In dit hoofdstuk hebben we een aantal van deze aannames getoetst aan de werkelijkheid. Het beschikbare onderzoek laat zien dat rationaliteitsassumpties niet altijd houdbaar zijn. Dat betekent uiteraard niet dat de individuele beslisser daarmee irrationeel zou zijn. Waar het de cognitieve beperkingen betreft is het wellicht beter om te spreken van 'begrensde rationaliteit' (Simon 1957; Kahneman 2002), waarbij de cognitieve capaciteiten van beslissers grenzen stellen aan rationaliteit, maar waarbij de rationaliteit daarmee nog niet buitenspel staat.

Het doel van dit inleidend hoofdstuk is echter niet om het begrip rationaliteit te (her)definiëren. Het doel is veeleer gelegen in bewustwording van het feit dat de wijze waarop mensen tot hun beslissing komen niet altijd binnen het nauwe rationele kader past. Naast eigenbelang staan belangen van anderen, naast maximalisatie staat een begrip als *satisficing*, en naast de objectieve afweging op basis van kosten en opbrengsten staan de subjectieve inschattingen van kansen en het belang van emoties.

Een goed inzicht in het daadwerkelijke beslissingsproces biedt vooral een uitbreiding van het arsenaal aan mogelijkheden tot sturing. Naast veel gehanteerde instrumenten als positieve sancties (beloningen) en negatieve sancties (boetes, straffen) bieden de inzichten die hierboven kort aangestipt zijn, aanknopingspunten voor subtielere sturing. Sturing bijvoorbeeld op basis van de presentatie van een probleem (bijvoorbeeld in termen van winsten of juist van verliezen) of het aanbieden van een vergelijkingscontext.

Dit betekent dat men als een soort 'keuzearchitect' inzichten over daadwerkelijke beslissingsprocessen gebruikt om mensen een duwtje in de goede richting te geven (een *nudge*, Thaler en Sunstein 2008). Mogelijkerwijs roept dit idee van subtiele sturing bij sommigen weerstand op. Beloningen en sancties zijn helder en zichtbaar voor iedereen, inclusief degene wiens gedrag men tracht te beïnvloeden. Men weet waar men aan toe is en welke sturing men ondervindt. Bedenk echter dat elke presentatie van een probleem sturing met zich meebrengt. Neutrale boodschappen zijn een fictie. De uitdaging van de keuzearchitect ligt in het vormgeven van een beslissingscontext die behulpzaam is bij de problemen waar we ons als samenleving voor gesteld zien. Enkele bouwstenen zijn in dit hoofdstuk aan de orde gekomen; de fundering is gelegd. In de volgende hoofdstukken zal blijken in hoeverre deze bouwstenen bruikbaar zijn voor het verbeteren van beslissingen.

NOTEN

- 1 Dit wordt ook wel *inequity aversion* genoemd (Fehr en Schmidt 1999).
- 2 Uiteraard zijn ook hier uitzonderingen denkbaar. Een van de auteurs van dit hoofdstuk volgt na verhuizing nog steeds – uit macht der gewoonte – de route van werk naar het oude huis (om vervolgens van daaruit naar het nieuwe huis te fietsen).
- 3 Nobelprijswinnaar Paul Samuelson (1937) kwam met een theorie over *discounted utility*, die deze tijdspreferenties probeerde te beschrijven.
- 4 Later formuleerden deze economen ook een teleurstellingtheorie (Bell 1985; Loomes en Sugden 1986). Aangezien de psychologische ideeën overeenkomen met de spijttheorie, behandelen we hier alleen deze laatste.

BIBLIOGRAFIE

- Aarts, H. en Dijksterhuis, A. (2000) 'Habits and knowledge structures: Automaticity in goal-directed behavior', *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 53-63.
- Baumeister, R.F., Schmeichel, B.J. en Vohs, K.D. (2007) 'The self as controlling agent', blz. 516-539 in A.W. Kruglanski en E.T. Higgins (Red.) *Social psychology: Handbook of basic principles*, New York: Guilford.
- Bell, D.E. (1982) 'Regret in decision making under uncertainty', *Operations Research* 30: 961-981.
- Bell, D.E. (1985) 'Disappointment in decision making under uncertainty', *Operations Research* 33: 1-27.
- Bentham, J. (1789/1948) *An introduction to the principles of morals and legislation*, New York: Hafner.
- Bettman, J.R., Johnson, E.J. en Payne, J.W. (1991) 'Consumer decision making' in T.S. Robertson en H.H. Kassarian (Red.) *Handbook of consumer behaviour*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bown, N.J., Read, D. en Summers, B. (2003) 'The lure of choice', *Journal of Behavioral Decision Making* 16: 297-308.
- Camerer, C.F. en Loewenstein, G. (2004) 'Behavioral economics: Past, present, future' in C.F. Camerer, G. Loewenstein, en M. Rabin (Red.), *Advances in behavioral economics* (pp. 3-51). Princeton: Princeton University Press.
- Clark, J.M. (1918) 'Economics and modern psychology', *The Journal of Political Economy*, 26, 1-30.
- Damasio, A.R. (1995) *Descartes' error: Emotion, reason, and the human brain*, New York: Putnam.
- De Hooge, I.E., Zeelenberg, M. en Breugelmans, S.M. (2007) 'Moral sentiments and cooperation: differential effects of guilt and shame', *Cognition and Emotion*, 21, 1025-1042.
- Dijk, E. van, en Zeelenberg, M. (2003) 'The discounting of ambiguous information in economic decision making', *Journal of Behavioral Decision Making*, 16, 341-352.
- Ellsberg, D. (1961) 'Risk, ambiguity, and the Savage axioms', *Quarterly Journal of Economics*, 75, 643-699.
- Fehr, E. en Schmidt, K.M. (1999) 'A theory of fairness, competition, and cooperation', *Quarterly Journal of Economics*, 114, 817-868.
- Frank, R.H. (2004) 'Introducing moral emotions into models of rational choice' in A.S.R. Manstead, N. Frijda, en A. Fischer (Red.) *Feelings and emotions: The Amsterdam symposium* (pp. 422-440), New York: Cambridge University Press.
- Frijda, N.H. (2008) *De wetten der emoties*, Amsterdam: Bert Bakker.
- Gilbert, D.T. en Ebert, E.J. (2002) 'Decisions and revisions: The affective forecasting of changeable outcomes', *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 503-514.
- Gilbert, D.T. en Wilson, T.D. (2000) 'Miswanting: Some problems in the forecasting of future states' in J.P. Forgas (red.) *Feeling and thinking: The role of affect in social cognition* (pp. 178-197), Cambridge: Cambridge University Press.

- Haidt, J. (2003) 'The moral emotions' in R.J. Davidson, K.R. Scherer, en H.H. Goldsmith (Red.) *Handbook of affective sciences* (pp. 852-870), Oxford: Oxford University Press.
- Hsee, C.K. (1996) 'The evaluability hypothesis: An explanation for preference reversals between joint and separate evaluations of alternatives', *Organizational behavior and Human Decision processes*, 67, 247-257.
- Iyengar, S.S. en Lepper, M.R. (2000) 'When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing?', *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 995-1006.
- Iyengar, S.S., Wells, R.E. en Schwartz, B. (2006) 'Doing better but feeling worse: Looking for the 'best' job undermines satisfaction', *Psychological Science*, 17, 143-150.
- Jevons, W.S. (1871/1965) *The theory of political economy* (5th ed.), Augustus M. Kelley Publishers.
- Kahneman, D. (2002) *Maps of bounded rationality: A perspective on intuitive judgment and choice*, Nobel Prize Lecture, Retrieved at June 19, from http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2002/kahnemann-lecture.pdf.
- Kahneman, D. en Tversky, A. (1979) 'Prospect theory: An analysis of decision under risk', *Econometrica*, 47, 263-291.
- Ketelaar, T. en Au, W.T. (2003) 'The effects of feelings of guilt on the behavior of uncooperative individuals in repeated social bargaining games: An affect-as-information interpretation of the role of emotion in social interaction', *Cognition and Emotion*, 17, 429-453.
- Lange, P.A.M. van, De Cremer, D., Van Dijk, E. en Van Vugt, M., (2007) 'Self-interest and beyond: Basic principles of social interaction' in A. W. Kruglanski en E. T. Higgins (Red.) *Social psychology: Handbook of basic principles* (2nd ed., pp. 540-561). New York: Guilford.
- Larsen, R.J. en Fredrickson, B.L. (1999) 'Measurement issues in emotion research' in D. Kahneman, E. Diener en N. Schwarz (Red.) *Well-being: The foundations of hedonic psychology* (pp. 40-60), New York: Russell Sage Foundation.
- Lind, E.A. en Tyler, T.R. (1988) *The social psychology of procedural justice*, New York: Plenum.
- Loewenstein, G.F. en Schkade, D. (1999) 'Wouldn't it be nice? Predicting future feelings' in D. Kahneman, E. Diener, en N. Schwartz (Red.) *Well-being: The foundations of hedonic psychology* (pp. 85-105). New York: Russell Sage Foundation.
- Loewenstein, G.F., Thompson, L. en Bazerman, M.H. (1989) 'Social utility and decision making in interpersonal contexts', *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 426-441.
- Loomes, G. en Sugden, R. (1982) 'Regret theory: an alternative theory of rational choice under uncertainty', *Economic Journal*, 92, 805-824.
- Loomes, G. en Sugden, R. (1986) 'Disappointment and dynamic inconsistency in choice under uncertainty', *Review of Economic Studies*, 53, 271-282.
- Miller, D.T. (1999) 'The norm of self-interest', *American Psychologist*, 54, 1053-1060.

- Parrott, W.G. en Hertel, P. (1999) 'Research methods in cognition and emotion' in: T. Dalgleish en M.J. Power (Red.) *Handbook of cognition and emotion* (pp. 61-81), New York: John Wiley & Sons Ltd.
- Richard, R., Van der Pligt, J. en de Vries, N.K. (1996) 'Anticipated regret and time perspective: Changing sexual risk-taking behavior', *Journal of Behavioral Decision Making*, 9, 185-199.
- Schwartz, B., Ward, A., Monterosso, J., Lyubomirsky, S., White, K. en Lehman D.R. (2002) 'Maximizing versus satisficing: Happiness is a matter of choice', *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1178-1197.
- Shin, J. en Ariely, D. (2004) 'Keeping doors open: The effect of unavailability on incentives to keep options viable', *Management Science*, 50, 575-586.
- Simon, H. (1957). *Models of man*, New York: Wiley.
- Simon, H.A. (1955) 'A behavioral model of rational choice', *Quarterly Journal of Economics*, 69, 99-118.
- Simon, H.A. (1956) 'Rational choice, and the structure of the environment', *Psychological Review*, 63, 129-138.
- Slovic, P., Finucane, M., Peters, E. en MacGregor, D.G. (2002) 'The affect heuristic' in T. Gilovich, T. Griffin en D. Kahneman (Red.) *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment* (pp. 397-420), New York: Cambridge University Press.
- Smith, A. (1759/1976) *The theory of moral sentiments*, Oxford: Clarendon Press.
- Thaler, R.H., Shefrin, H.M. (1981) 'An economic theory of self-control', *Journal of Political Economy*, 89, 392-406.
- Thaler, R.H. en Sunstein, C.R. (2008) *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*, Yale University Press.
- Trope, Y. en Liberman, N. (2003) 'Temporal construal', *Psychological Review*, 110, 403-421.
- Tversky, A. en Kahneman, D. (1974) 'Judgment under uncertainty: Heuristics and biases', *Science*, 185, 1124-1131.
- Tversky, A. en Kahneman, D. (1981) 'The framing of decisions and the psychology of choice', *Science*, 211, 453-458.
- Tversky, A. en Shafir, E. (1992) 'The disjunction effect under uncertainty', *Psychological Science*, 3, 305-309.
- Weinstein, N.D. (1980) 'Unrealistic optimism about future life events', *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 806-820.
- Wilson, T.D. en Gilbert, D.T. (2003) 'Affective forecasting' in M.P. Zanna (red.) *Advances in Experimental Social Psychology*, (Vol. 35), (pp. 346-412), San Diego: Academic Press.
- Zeelenberg, M. en Pieters, R. (2004) 'Consequences of regret aversion in real life: the case of the Dutch postcode lottery', *Organizational behaviour and Human Decision Processes*, 93, 155-168.

3 GEDRAGSECONOMIE IN DE PRAKTIJK

Jan Potters en Henriëtte Prast

“God must love those common folk that behavioral science economists write about, because She made so many of them.”

(Paul Samuelson 2006)

Bovenstaande uitspraak van Paul Samuelson (die in 1970 als eerste Amerikaan de Nobelprijs voor economie won) onderstreept de wetenschappelijke erkenning van het belang van de gedragseconomie. De uitspraak is extra pikant, omdat het juist Samuelson was die in een artikel uit 1937 de basis legde voor wat onder economen decennialang de dominante visie op intertemporele keuzes zou worden: de afweging tussen het maximaliseren van het welzijn nu en in de toekomst. Samuelson liet zien hoe mensen hun welvaart over hun hele leven kunnen maximaliseren door nu voldoende geld opzij te zetten voor later, door nu voldoende te werken in plaats van voor vrije tijd te kiezen, enzovoort. Afhankelijk van iemands tijdvoorkeur (hoeveel belangrijker vind ik het om in het heden te genieten dan het in de toekomst goed te hebben) zal hij meer of minder sparen (Samuelson 1937). Deze optimale planning is alleen te bereiken als een individu zich aan zijn goede voornemens weet te houden. Daarin blijken de *common folk* echter opmerkelijk vaak niet te slagen. De gedragseconomie noemt dit het zelfbeheersings- of wilskrachtprobleem; een menselijk trekje dat al werd beschreven door Aristoteles.¹ Samuelson zelf relativeerde overigens in datzelfde artikel uit 1937 het realiteitsgehalte van de homo economicus door te wijzen op het bestaan van verplichte pensioensystemen. Kennelijk zijn er bindingsmechanismen nodig, zo meende Samuelson. Het zou daarna nog vele decennia duren voordat het wilskrachtprobleem een expliciete plek kreeg in de economische wetenschap. Het waren de inzichten uit vooral de sociale psychologie die economen ertoe brachten het beeld van de homo economicus en het rationele keuzemodel als beschrijving van de werkelijkheid te nuanceren, of zelfs te laten varen. Het resultaat was een discipline die tegenwoordig gedragseconomie heet.

In het vorige hoofdstuk zijn de uitgangspunten van de rationele keuzetheorie kritisch tegen het licht der psychologie gehouden. In dit hoofdstuk gebruiken we de gedragseconomie om individuele keuzes die niet in overeenstemming zijn met het rationele model, te beschrijven en systematisch te verklaren. In het verlengde daarvan laten we zien dat het rekening houden met de psychologie van gedrag van groot belang is voor een beleid dat wil aangrijpen bij individueel gedrag. Voordat dit punt wordt behandeld eerst een korte uitwijding over (ir)rationaliteit.

Het nut van irrationaliteit

In ons taalgebruik wordt rationeel vaak gelijkgesteld met verstandig en irrationeel met onverstandig. Dit is onterecht (Prast 2005). Emoties en onbewuste cognitieve processen hebben een belangrijke functie. In sommige situaties zijn ze zelfs van levensbelang. Wie een auto in volle vaart op zich af ziet komen, springt uit angst snel weg en dat is maar goed ook. Uitrekenen wat de optimale reactie is, zou in dit geval dodelijk zijn. Ook veel dagelijkse keuzes maken we zonder daar rationeel bij stil te staan. Van de trui die we aantrekken tot het ontbijt dat we nuttigen: routine, intuïtie en gevoel zijn daarvoor onontbeerlijk. Alle besluiten nemen na een rationele afweging van voors en tegens is zeer tijdrovend en vermoeiend. We zouden de deur niet meer uitkomen. Kortom: als we het hersendeel waar onze emoties zetelen zouden moeten missen, zouden we niet alleen niet meer verliefd kunnen worden, maar ook met ons dagelijks leven niet uit de voeten kunnen. Mensen bij wie het 'emotionele' hersendeel is beschadigd, zijn perfecte beleggers, omdat ze geen angst en overmoed kennen, maar ze kunnen in het dagelijks leven niet functioneren. (Damasio 1994. Zie ook hoofdstuk 10.) Zelfs als dat zou kunnen, moeten we mensen dus niet rationeel willen maken. Sprekend over beleggers die door overmoed en optimisme te veel handelen en daardoor lage rendementen behalen, verwoorden Nobelprijswinnaar Robert C. Merton en Zvi Bodie (2005) dit als volgt:

"Now suppose it were possible to change the behaviour of individuals to make them less optimistic and overconfident when analyzing individual securities. Although such a change in behaviour would eliminate the bias, it might be better not to tinker with the behaviour of individuals. The reason is that although optimism and overconfidence are dysfunctional in the domain of security analysis, they may be functional in other domains vital to individual success. That is, there can be unintended and unanticipated consequences of this action. By eliminating a person's optimism and overconfidence in general, we may therefore do more harm than good."

Met andere woorden, optimisme en zelfoverschatting mogen dan in de weg zitten bij het behalen van rendementen op de beurs, datzelfde optimisme en diezelfde overschatting van het eigen kunnen zorgen ervoor dat mensen aan het verkeer durven deel te nemen, een onderneming durven te starten en niet wakker liggen van de angst door allerlei ziektes te kunnen worden getroffen.²

Dit alles is van direct belang voor de overheid. Als gevolg van technologische ontwikkeling, liberalisering en privatisering zijn er steeds meer keuzemogelijkheden bij de burger zelf neergelegd. Beleidsmakers willen dat burgers zelf kiezen en verantwoordelijkheid dragen, en willen de voorwaarden creëren waaronder mensen weloverwogen keuzes kunnen maken. De gedachte is dat als markten werken, de consument goed geïnformeerd is en er een gelijk speelveld is – vandaar de strafbaarheid van handel met voorkennis – het individu de keuzes zal maken

waarmee hij, gegeven de randvoorwaarden, zijn doelstellingen het beste bereikt. Vandaar de oprichting van mededingingsautoriteiten als de NMA, waakhonden als de AFM en de Consumentenautoriteit, en de nadruk op transparantie, informatie, communicatie. Die moeten de voorwaarden scheppen waaronder consumenten hun keuzevrijheid optimaal benutten.

De gedragseconomie plaatst vraagtekens bij het huidige beleid, dat vaak uitgaat van de rationele mens, en doet suggesties voor beleid dat meer is gebaseerd op de mens van vlees en bloed. De gedragseconomie betoogt dat mensen zich op een drietal hoofdlijnen anders gedragen dan het rationele keuzemodel veronderstelt: ze hebben verschillende en wisselende preferenties, ze gaan niet-rationeel met informatie om en ze hebben voorspelbare *biases*, die van invloed zijn op besluitvorming (Dellavigna 2009). Veel door gedragseconomen gebruikte inzichten zijn niet nieuw, maar door ze in de economie te integreren worden ze wel op nieuwe wijze toegepast. Zoals Camerer en Loewenstein (2004: 3) stellen: “Behavioral economics increases the explanatory power of economics by providing it with more realistic psychological foundations.” Hierdoor wint niet alleen de economische wetenschap aan kracht, maar wordt ook de beleidsrelevantie van de sociale psychologie duidelijker.

Ook om de burger keuzes te laten maken die goed zijn voor het algemeen belang – samenleving, medemens, toekomst – doet de overheid een beroep op de rede en de redelijkheid door middel van informatie en overreding. Er zijn voorbeelden te over, vooral op drie terreinen die hoog op de beleidsagenda staan: gezondheidsgerelateerd gedrag, de omgang met geld en prosociaal gedrag. Denk aan campagnes met als motto “neem vaker de trap”, aan de verplichte informatie over voedings-ingrediënten en calorische waarde, aan de verplichte waarschuwing in krediet-reclames, “geld lenen kost geld”, en aan campagnes om orgaandonor te worden.

In dit hoofdstuk concentreren we ons op deze drie terreinen. Het zijn gebieden waarop de overheid graag gedrag wil beïnvloeden en waarop veel empirisch gedragseconomisch onderzoek is verricht. Achtereenvolgens worden gezondheidsgerelateerd gedrag, financieel gedrag en prosociaal gedrag behandeld.

3.1 GEZONDHEIDSGERELATEERD GEDRAG

Obesitas neemt snel toe. Tussen 1960 en 2004 is het percentage Amerikanen met ernstig overgewicht gestegen van 13 naar 31 procent (Downs et al. 2009). Het welvaartsverschijnsel heeft met enige vertraging ook ons land bereikt. Volgens het ministerie van VWS heeft 40 procent van de volwassen Nederlanders overgewicht en is 10 procent obees. Ook hier heeft de jeugd de toekomst: van de Nederlandse kinderen heeft ruim 15 procent last van overgewicht. Succesvolle preventie, niet alleen op het gebied van obesitas, is de effectiefste manier om

gezondheid te bevorderen (Gabaix en Laibson 2007). Het verbaast dus niet dat het ministerie van vws het bevorderen van gezond gedrag hoog op de agenda heeft staan (Ministerie van vws 2007). Informatie over voedingswaarde, voorlichting over gezond eten en over het belang van bewegen, aansporingen om vaker de trap te nemen: het is er allemaal op gericht om mensen te informeren en overtuigen en doet dus een beroep op de rede.

De gedragseconomie zet vraagtekens bij deze benadering en stelt dat het niet een gebrek aan kennis, maar een gebrek aan zelfbeheersing en wilskracht is waardoor mensen roken of meer eten en minder bewegen dan goed voor ze is (Kooreman 2007; zie ook hoofdstuk 6). Feit is dat slechts 19 procent van de rokers in Nederland een tevreden roker is. De rest is van plan te stoppen of heeft dat geprobeerd en is er niet in geslaagd (Kooreman en Prast 2007). Hier zien we het in het vorige hoofdstuk aangestipte conflict tussen de ‘planner’ en de ‘doener’ die tussen onze oren zitten. Terwijl de planner langetermijndoelen wil verwezenlijken, streeft de doener steeds naar onmiddellijke bevrediging (Thaler en Shefrin 1991; Prast 2005). Andere bekende voordelen zijn de voornemens om minder alcohol te drinken, af te vallen – kijk naar de hoge uitgaven aan dieetboeken – en om eindelijk lid te worden van een sportclub. Mensen hebben echter wel mechanismen om zichzelf – al dan niet bewust – te disciplineren. Zo zijn mensen bereid meer te betalen voor kleine verpakkingen van de genotsproducten waar ze het dolst op zijn, zoals chocola en chips. Een kleinere verpakking heeft als psychologisch effect dat er minder wordt gesnoept, want het openen van een nieuw zakje fungeert als drem-pel om door te eten. Blijkbaar heeft de consument er geld voor over om zichzelf zo te disciplineren. Het feit dat die bereidheid er niet is voor verstandige producten, onderstreept dat het hier inderdaad gaat om zelfregulering, en niet om onkunde over prijzen (Wertenbroch 1998). Kortom, keuzes die vanuit rationeel perspectief suboptimaal zijn – kleinere maar duurdere verpakking zijn weggegooid geld – kunnen, als we rekening houden met psychologische aspecten, deel uitmaken van een optimale (al dan niet bewuste) strategie om eigen gedrag te reguleren.

De gedragseconomie deelt mensen qua gebrek aan wilskracht in twee groepen in: *sophisticates* en naïevelingen. Sophisticates zijn zich ervan bewust dat ze een gebrek aan wilskracht hebben. Ze zoeken manieren om de doener tussen hun oren beperkingen op te leggen. Dat kan zijn door het aanleren van routinematig vermijdingsgedrag. Wie succesvol stopt met roken heeft zichzelf de routine aangeleerd om geen sigaret meer aan te raken. Aanvankelijk is daar een actieve inspanning voor nodig, maar na verloop van tijd is het nieuwe gedrag een automatische gewoonte geworden. De keus om al dan niet een sigaret op te steken is als het ware uit het systeem verdwenen. Dat geldt ook voor de ex-alcoholist die zichzelf succesvol oplegt geen druppel meer te drinken. In beide gevallen zou een klein beetje zondigen – één sigaret, één glaasje – tot ellende leiden omdat de actieve keus voor wel of niet roken weer in het mentale systeem sluipt. Met andere woorden, *sophis-*

tics zijn op zoek naar strategieën om het probleem van gebrekkige wilskracht te overwinnen.

Ook op het gebied van sporten en bewegen proberen *sophisticates* zichzelf te binden. Zo schaffen ze bijvoorbeeld een dure jaarkaart voor de sportschool aan, in de hoop dat dit hen disciplineert om vaker te gaan, maar gaan ze uiteindelijk zo weinig dat ze achteraf per bezoek veel meer betalen dan wanneer ze per keer betaald zouden hebben (zeventien in plaats van tien dollar, Dellavigna en Malmendier 2006). Dat zou erop kunnen duiden dat deze manier van disciplineren niet succesvol is en dat de aanschaf van de jaarkaart te maken heeft met de *projection bias*: een te optimistische kijk op de toekomst. Op het moment dat je de kaart koopt, denk je dat je een paar maanden later nog net zo gemotiveerd zult zijn om te gaan sporten. Dit is de verklaring die Dellavigna en Malmendier, maar ook Akerlof en Shiller (2009) voor dit gedrag geven. Het zou echter ook kunnen dat jaarkaarthouders bereid zijn meer te betalen voor de jaarkaart omdat ze, als ze die niet genomen hadden, nog minder naar de sportschool waren gegaan. Ze betalen dan om vaker datgene te doen wat goed voor ze is maar waar ze een hekel aan hebben.³ *Sophisticates* zijn bijvoorbeeld bereid te betalen om niet te eten en worden lid van *Weight Watcher*-programma's of laten zich opnemen in een afslankkliniek.

Naïevelingen willen net als *sophisticates* hun gedrag veranderen, maar ze denken dat ze er 'morgen' mee kunnen beginnen. Ze hebben niet door dat het gebrek aan wilskracht verhindert dat ze die kilo's kwijtraken. Naïevelingen hebben wel goede voornemens, maar anders dan de *sophisticates* denken ze dat ze die moeiteeloos kunnen realiseren, morgen. Ze zijn dan ook minder geneigd expliciete strategieën te verzinnen om zichzelf ondanks hun zwaktes onder controle te houden of in te gaan op bindingsmechanismen die hun worden geboden door anderen.

Voor zover het bij ongezond gedrag niet gaat om een gebrek aan kennis maar om een gebrek aan zelfdiscipline, zullen informatiecampagnes weinig effect sorteren. Sterker nog, er zijn aanwijzingen dat informatieoverdracht zelfs contraproductief kan zijn (Downs et al. 2009). Ten eerste hebben mensen een beperkte capaciteit tot het verwerken van informatie. Daardoor kunnen ze juist in de war raken van informatieverstrekking: de cognitie leidt ertoe dat de planner 'te moe' wordt om de doener in bedwang te houden. Verder overschatten zowel rokers als volwassen niet-rokers het gezondheidseffect van roken (Kip Viscusi 1990). Feitelijke informatie over de gezondheidsschade door roken kan dan bij rokers leiden tot de conclusie: het valt wel mee. Bovendien overdrijven mensen, in een poging zichzelf te disciplineren tot gezond gedrag, zoals bij het stoppen met roken, de gezondheidsrisico's. Dat psychologische mechanisme wordt doorkruist door informatie over de werkelijke effecten.

3.2 PERSOONLIJKE FINANCIËLE PLANNING

Mensen krijgen steeds meer financiële keuzemogelijkheden. Tegelijkertijd krijgen ze meer financiële risico's toegeschoven. Denk aan het pensioenrisico, dat de afgelopen jaren steeds bij werknemers terechtgekomen is, aan de versobering van de sociale zekerheid en aan de marktwerking in de gezondheidszorg.

Net als aan gezondheidsgerelateerd gedrag zit aan het omgaan met geld een intertemporele dimensie: wie nu meer consumeert en minder spaart, heeft later minder te besteden. Het wilskrachtprobleem en de menselijke neiging tot uitstelgedrag verklaren waarom mensen het sparen voor hun pensioen voor zich uit schuiven en moeite hebben de tering naar de nering te zetten. Net als bij gezond gedrag gaan mensen op verschillende manieren met deze problematiek om. Naïevelingen denken dat ze in de toekomst voldoende zullen gaan sparen, *sophisticates* hebben voldoende zelfkennis om te weten dat dit zonder hulp niet gaat lukken en gaan op zoek naar strategieën tot zelfbinding. Zoals Thaler en Shefrin (1981) lieten zien in hun artikel over wilskrachtproblematiek, vinden mensen hiervoor soms creatieve oplossingen. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de kerstclubs die in de jaren vijftig in de VS populair waren. Clubleden storten vrijwillig maandelijks een bedrag op een rekening, kregen daarop geen rente en mochten het geld alleen op 1 december opnemen. Zo 'dwongen' ze zichzelf ertoe voldoende geld te hebben voor de dure decembermaand. Er is een Nederlandse analogie: de spaarkasten in cafés in Brabant, waarin gasten zich ertoe verplichten om wekelijks een bijdrage te stoppen in een genummerde gleuf in een spaarkastje aan de muur, zodat ze genoeg geld hebben voor een vrolijk carnaval (zie Box 3.1).

Box 3.1 Het reglement van Spaarkas Haribo

1. Per week moet er minimaal 1 euro gespaard worden, wordt er minder gespaard dan komt dit ten goede aan de feestavond.
2. Niet of te min gespaard betekent 50 cent boete per week.
3. Elke donderdag wordt om 18.00 uur de spaarkas geleegd, met uitzondering van Aswoensdag en Kerstdonderdag.
4. Uitbetaling vindt één keer per jaar plaats, en wel vanaf 18.00 uur de donderdag voor carnaval.
5. Bij diefstal uit de spaarkas is de inzet van die week helaas weg. Dit is dus eigen risico.
6. In alle andere gevallen beslist het Spaarkascomité.

Strategieën tot zelfbinding blijven niet beperkt tot het sparen voor een jaarlijks terugkerend feest. Zo zijn de meeste Nederlandse werknemers blij met het verplichte pensioensparen, vooral omdat ze bang zijn dat ze anders niet genoeg opzij zouden zetten voor later (Van Rooij, Kool en Prast 2007). Waar het verplichte pensioensparen is afgeschaft, zoals in de Verenigde Staten, kan een vrijwillig bindingsmecha-

nisme helpen om voldoende te sparen. Een voorbeeld is het *Save More and Retire Tomorrow* (SMaRT)-programma (Benartzi en Thaler 2008). In dit programma sluiten werknemers op vrijwillige basis een contract waarin ze toezeggen van elke loonstijging een meer dan evenredig deel voor hun pensioen te sparen, te beginnen twee jaar na ondertekening. De periode van twee jaar is ingebouwd om het probleem van de *present bias* – te veel gericht zijn op het heden – te ondervangen. Werknemers mogen zelf bepalen of ze het contract wel of niet aangaan en kunnen op elk gewenst moment uitstappen, maar mogen hun spaartegoed pas bij pensionering opnemen. Het feit dat werknemers in groten getale meedoen aan dit arrangement is een indicatie van de relevantie van het wilskrachtprobleem. Dankzij SMaRT ging de gemiddelde pensioenpremie stapsgewijs van 3 naar 12 procent.

Het wilskrachtprobleem speelt niet alleen bij pensioensparen een rol. Neem het omgaan met geld. Ontvangers van een uitkering of loon consumeren het meeste vlak na betaaldag. Dat geldt met name voor de lagere inkomens, die dus aan het eind van de maand op een houtje moeten bijten (Stephens 2003; 2006). Ontvangers van voedselbonnen in de VS – dat zijn uiteraard mensen onderaan de sociaal-economische ladder – consumeren het meeste vlak nadat ze de bonnen hebben ontvangen, met als gevolg dat ze daarna een tekort aan eten hebben. Zoals Shapiro (2003) terecht opmerkt is dit voor een belangrijk deel te wijten aan het wilskrachtprobleem. Gegeven de afkeer die mensen hebben van fluctuaties in hun consumptiepatroon zou het rationeel zijn als mensen hun uitgaven zodanig aanpassen aan hun huidige en verwachte inkomen, dat zij voorzienbare pieken en dalen in hun consumptie vermijden. Vellekoop, Kooreman en Prast (2009) vinden een wilskrachtprobleem in hun onderzoek onder Nederlandse werknemers van twee grote bedrijven: een verzekeraar en een bank. Als het vakantiegeld in plaats van eenmaal per jaar maandelijks wordt uitbetaald, sparen werknemers minder.

Dit brengt ons bij keuzearchitectuur. Mensen laten zich sturen in hun keuzes. Ze zijn blij als ze gedwongen worden te sparen, bijvoorbeeld doordat vakantiegeld maar eens per jaar wordt uitgekeerd. Maar ook zonder dwang kunnen mensen beïnvloed worden in het omgaan met geld. Hierboven is al het vrijwillige SMaRT-mechanisme genoemd, waarbij mensen actief konden intekenen op een systeem waarin ze erin toestemden om in de toekomst meer te sparen voor hun pensioen. Maar ook passieve mechanismen kunnen helpen de gevolgen van uitstelgedrag te verzachten en het wilskrachtprobleem te lijf te gaan. Een voorbeeld is de *default*. Een *default* is datgene wat iemand kiest als hij geen actieve keus maakt: wie zwijgt stemt toe. Gedragseconomisch onderzoek laat zien dat de standaard het gedrag sterk stuurt, wat die standaard ook is. *Default*-effecten spelen een grote rol bij pensioenplanning. Als nieuw aangenomen werknemers pensioendeelnemer zijn tenzij ze zich afmelden, neemt ruim 90 procent van de medewerkers van meet af aan deel. Als deelnemers zichzelf moeten aanmelden, is deelname een stuk lager (Beshears en anderen, 2005).⁴ Er zijn meerdere, onderling niet strijdige, psycholo-

gische verklaringen voor het effect van een *default*. Mensen vertonen uitstelgedrag waardoor ze niet snel afwijken van de *default*; mensen zien de *default* als de door experts aanbevolen keus. Bovendien zien mensen de *default* als de sociale norm.

Op het terrein van financiële keuzes is ook het omgaan met risico van belang. De gedragseconomie laat zien dat mensen wezenlijke andere risicovoorkeuren hebben dan wordt aangenomen in de rationele theorie. Zo zijn mensen als het gaat om winstkansen risicomijdend – ze willen ervoor betaald worden om meer risico te nemen, vandaar dat aandelen een hoger rendement moeten geven dan obligaties. Tot zover klopt de rationele benadering. Maar in een verliessituatie zijn mensen juist risicozoekend: het nemen van een verlies doet psychologisch zoveel pijn dat ze liever het onzekere voor het zekere nemen. Zo kiezen de meeste mensen bij de keus tussen A) een zeker verlies van 100, en B) een kans van 50 procent op een verlies van 0 en 50 procent op een verlies van 200, voor B – en dat druist geheel in tegen de standaard economische theorie. Dit mechanisme verklaart waarom mensen verliezende aandelen te lang vasthouden. De afkeer om hun verlies te nemen is zo groot, dat ze het risico van een verdere koersdaling voor lief nemen.

3.3 PROSOCIAAL GEDRAG

Veel gedrag heeft een sociale dimensie. Door rood rijden, de belasting ontduiken en verf door de gootsteen spoelen heeft niet alleen gevolgen voor onszelf maar ook voor anderen – in deze gevallen zelfs negatieve consequenties. Bij het doneren van bloed, meehelpen bij het buurtfeest of storten op giro 555 zijn deze gevolgen juist positief. Economen noemen zulke gevolgen voor anderen ‘externe effecten van gedrag’. In veel gevallen vormen deze externe effecten een sociaal dilemma: het gezamenlijke belang is dat iedereen zich sociaal gedraagt, terwijl iedereen afzonderlijk de neiging heeft om dat niet te doen. Althans, dat is de gangbare theorie.

Volgens de standaard economische theorie trekken mensen zich weinig aan van de externe effecten van hun gedrag noch van het welzijn van anderen in het algemeen. In een sociaal dilemma zal iedereen willen ‘meeliften’ op het sociale gedrag van anderen. Het gevolg is dat niemand zich sociaal gedraagt en dat een uitkomst resulteert die voor iedereen slecht is. De klassieke oplossing voor sociale dilemma’s is om mensen tot het gewenste gedrag aan te sporen door regels of financiële prikkels. De conducteur zorgt dat we een treinkaartje kopen, de flitspaal dat we onze snelheid minderen en de subsidie dat we een hybride auto aanschaffen.

De redering lijkt zo vanzelfsprekend dat deze maar zelden ter discussie wordt gesteld. Echter, de aanname dat *iedereen* zich *altijd* en *uitsluitend* door eigenbelang laat leiden is te beperkt. De dagelijkse praktijk levert legio voorbeelden: mensen laten geen afval achter in het bos, zelfs als niemand het ziet, geven een fooi, zelfs

als ze ergens niet meer terugkomen, en helpen anderen bij autopech, zelfs al betreft het volkomen vreemden. Adam Smith zei het al: “How selfish soever man may be supposed, there is evidently some principles in his nature, which interest him in the fortune of others” (Smith 1759: 3).

In deze paragraaf zullen we kort enkele gedrageconomische theorieën bespreken die de aanname van strikt eigenbelang herzien en die het sociale gedrag van mensen proberen te beschrijven en te verklaren. We zullen het belang van deze theorieën illustreren aan de hand van gegevens over bijvoorbeeld goede doelen, vrijwilligerswerk en belastingmoraal. Tevens zullen we kort mogelijke beleidsimplicaties schetsen.

Voorwaardelijke samenwerking

Tot voor kort was de meest gangbare gedachte onder economen dat prosociaal gedrag wordt gedreven door altruïsme: het idee dat mensen een positief nut ontleunen aan het welzijn van anderen (zie bijv. Becker 1974). Prosociaal gedrag werd dus verdisconteerd in rationele keuzetheorie: het is in iemands eigen belang anderen te helpen. De gedrageconomische empirie doet echter vermoeden dat deze veronderstelling te eenvoudig is. Wie uitgaat van altruïsme als verklarend model, zou bijvoorbeeld voorspellen dat mensen minder aan een goed doel zullen geven naarmate anderen – of de overheid – meer geven. Een altruïst maakt een afruil tussen het eigen inkomen en dat van een ander. Als dat laatste toeneemt, valt de afruil meer ten gunste uit van het eigen inkomen. De feiten laten echter zien dat donaties juist toenemen als anderen meer geven (Frey en Meier 2004). In tegenspraak met wat altruïstische theorie doet vermoeden zijn mensen eerder bereid hun steentje bij te dragen als anderen dat ook doen.

Altruïsme is in de economie bovendien een zeer rechtlijnig model: een altruïst zou volgens de theorie altijd een positief nut ontleunen aan meer welzijn van anderen, ongeacht de materiële positie van de ander. Ook dit is tegenspraak met de feiten. Mensen zijn vaak juist afgunstig wanneer anderen het beter hebben dan zij en vinden het soms zelfs prettig als anderen eens een tegenvaller hebben. De gedrageconomie probeert dit soort emoties te verklaren vanuit het idee van een ongelijkheidsaversie (Fehr en Schmidt 1999; Bolton en Ockenfels 2000). Mensen ontleunen positief nut aan het welzijn van personen die slechter af zijn dan zijzelf, maar negatief nut aan het welzijn van personen die beter af zijn dan zijzelf. Afhankelijk van de relatieve inkomenspositie zullen mensen zich dan soms altruïstisch en soms juist afgunstig ten opzichte van anderen gedragen.

De gedrageconomische aanvullingen op altruïsme laten zien dat prosociaal gedrag moet worden begrepen vanuit een sociale omgeving: of mensen zich altruïstisch opstellen hangt sterk af van wat anderen doen. Coöperatief gedrag heeft bijvoorbeeld vaak een sterk voorwaardelijk karakter. Een groot deel van de mensen

is bereid zich prosociaal te gedragen, maar alleen als anderen dat ook doen. Bijna niemand is bereid een 'gekke henkie' te zijn die zich inspant voor het algemeen belang, terwijl anderen zich als profiteurs gedragen. Sociaal gedrag is dus conditioneel coöperatief: een persoon past zijn of haar sociale gedrag aan aan het sociale gedrag van anderen in de groep. Dit betekent dat informatie en verwachtingen over het gedrag van anderen een cruciale rol spelen. Als een conditioneel coöperatief persoon verwacht dat weinig anderen zich coöperatief zullen gedragen, dan zal hij/zij dat zelf ook niet doen; is de verwachting dat veel anderen zich wel prosociaal gedragen, dan doet hij/zij dat zelf ook. Dit soort groepsprocessen wordt uitgebreid behandeld in hoofdstuk 7.

Empirisch onderzoek naar belastingmoraal geeft verder sterke aanwijzingen voor de conditioneel coöperatieve aard van gedrag (Cialdini 1989; Frey en Torgler 2004; Torgler 2002). Als aan belastingbetalers wordt gevraagd naar hun eigen gedrag en hun verwachtingen omtrent het gedrag van anderen, blijkt daar een zeer sterk positief verband tussen te bestaan. Als iemand denkt dat veel anderen de belastingen ontduiken, dan is de kans dat hij of zij dat zelf doet een stuk hoger. Een mogelijk probleem met dit soort onderzoek is dat de causaliteitsrelatie niet scherp is. Wordt iemands gedrag bepaald door zijn verwachtingen of worden de verwachtingen bepaald door zijn gedrag? Veldexperimenten suggereren dat de causaliteit vooral van verwachtingen naar gedrag loopt. Belastingontduikers denken vaak te negatief over de belastingmoraal van anderen. Als hun vervolgens (naar waarheid) wordt verteld dat minder mensen de belastingen ontduiken dan zij denken, dan claimen ze vervolgens significant minder aftrekposten dan een controlegroep die niet is geïnformeerd over het feitelijke gedrag van anderen (Wenzel 2001). Dit geeft aan dat verwachtingen omtrent het prosociale gedrag van anderen een direct effect hebben op ons eigen gedrag. Ook bij het geven aan goede doelen lijkt conditionele coöperatie een belangrijke rol te spelen. Als mensen wordt gevraagd een donatie te doen, zijn ze daartoe eerder geneigd als ze weten dat velen voor hen ook al een donatie hebben gedaan (Frey en Meier 2004). Bovendien is de hoogte van hun bijdrage positief gecorreleerd met die van anderen als ze daarover informatie krijgen (Shang en Croson 2005).

Een gevolg van conditioneel coöperatief gedrag is dat zowel optimistische als pessimistische verwachtingen tot op zekere hoogte zelfvervullend zijn. In economisch betekent dit dat zowel een coöperatieve als een niet-coöperatieve uitkomst een uitbalancerend van een sociaal dilemma kan zijn. Welk evenwicht resulteert, wordt vooral bepaald door de verwachtingen en informatie over het gedrag van anderen. Het 'managen' van die verwachtingen is dus belangrijk. Het geven van slechte voorbeelden door publieke personen (zakkenvullen) kan bijvoorbeeld funest zijn voor de publieke moraal en tot steeds pessimistischer verwachtingen leiden over het sociale gedrag van anderen. Ook publiekscampagnes waarin mensen worden opgeroepen om zich toch vooral aan bepaalde regels te

houden kunnen averechts werken omdat ze het signaal afgeven dat veel anderen zich blijkbaar niet aan die regels houden.

Reciprociteit

De sociale omgeving is om nog een andere reden van belang: veel sociaal gedrag wordt namelijk gedreven door reciprociteit. Iemand reageert aardig op positief gedrag van een ander en onaardig op negatief gedrag van de ander. Een illustratie hiervan is dat mensen eerder reageren op een bedelbrief van een fondsenwerver als er een klein presentje zoals een setje Ansichtkaarten aan de brief wordt toegevoegd (Falk 2004). De ontvanger van een kleine gift is geneigd dat te belonen met een wedergift. Ook solidariteit met de minderbedeelden in de samenleving wordt beïnvloed door de norm van reciprociteit. Zo blijkt dat de politieke steun voor sociale zekerheid en herverdeling sterk wordt ondergraven door het geloof dat werklozen en armen hun toestand vooral aan zichzelf te wijten hebben (Fong et al. 2005). Dit geloof is in de VS bijvoorbeeld veel wijdverbreider dan in Europa, waar mensen geloven dat armoede en werkloosheid vooral ook het gevolg zijn van toeval en tegenslag (Alesina et al. 2001). Iemand die zijn best doet maar gewoon pech heeft, verdient meer steun dan iemand die lui is en geen moeite doet om zijn toestand te verbeteren. Reciprociteit betekent dat sociale steun verdiend moet zijn. Dit verklaart bijvoorbeeld waarom solidariteit met ouderen minder snel aan erosie onderhevig is dan die met jongeren of werklozen. Het is iemand moeilijk aan te rekenen dat hij ouder en daardoor hulpbehoevender wordt. Ten aanzien van jongere hulpbehoevenden en werklozen komt veel makkelijker de gedachte op dat ze het aan zichzelf te danken hebben (tenzij ze een duidelijke handicap hebben). Het is niet voor niets dat ingrepen in de AOW of de pensioenen vaak op veel meer weerstand stuiten dan die in de sociale zekerheid.

Verdringing van intrinsieke motieven

Een andere relevante factor voor prosociaal gedrag is de relatie tussen intrinsieke en extrinsieke motivatie. Prosociaal gedrag zoals vrijwilligerswerk en orgaandonatie worden in zekere mate gedreven door intrinsieke motieven zoals een positief zelfbeeld en de behoefte een goed persoon te zijn. Vanuit een puur economisch gezichtspunt kunnen financiële prikkels en andere externe drijfveren zoals wetten en regels gebruikt worden om intrinsieke motieven te versterken. De ‘relatieve prijs’ van prosociaal gedrag kan hiermee immers gunstig worden beïnvloed. De gedragseconomie laat echter zien dat hier mogelijk een adder onder het gras ligt. Als mensen streven naar een positief zelfbeeld, dan wordt prosociaal gedrag hiervoor een minder sterk signaal als er sprake is van extrinsieke prikkels (Benhabou en Tirole 2004). Het prosociale gedrag hoeft dan immers niet meer uitsluitend te duiden op een goed karakter, maar kan ook worden uitgelegd als welbegrepen eigenbelang. Het gevolg kan zijn dat de intrinsieke motivatie gedeeltelijk wordt verdreven door de extrinsieke motivatie. Het netto effect van een financiële prikkel – bijvoorbeeld om bloed te doneren – wordt dan minder sterk en zou mogelijk zelfs negatief kunnen zijn.

Het probleem is dat externe (financiële) prikkels niet altijd het gewenste effect sorteren. Dit wordt ook wel *motivational crowding out* genoemd. Deze kwestie is veelvuldig onderwerp van onderzoek geweest. Als onderdeel van een experiment had een kinderdagverblijf in Israël een kleine financiële boete geïntroduceerd om ouders aan te sporen hun kinderen op tijd op te halen (Gneezy en Rustichini 2000a). Het effect was echter dat ouders nog vaker te laat kwamen. Een mogelijke verklaring is dat ouders de boete zagen als een prijs waarmee zij hun slechte gedrag konden afkopen, terwijl ze voor de invoering van de boete vooral intrinsiek gemotiveerd waren om hun kinderen op tijd op te halen. De impliciete waarde die ze toekenden aan dit prosociale gedrag was blijkbaar hoger dan de expliciete prijs (de boete) die het kinderdagverblijf eraan verbond.

Vergelijkbare effecten zijn gevonden op het terrein van vrijwilligerswerk (bijvoorbeeld collecteren; Frey en Goette 1999; Gneezy en Rustichini 2000b), bij bloeddonors (Mellstrom en Johannesson 2009) en bij het zogenaamde *Not In My Backyard*-probleem, dat wil zeggen de bereidheid om nationaal wenselijke maar lokaal onaantrekkelijke projecten (zoals een energiecentrale) te accepteren (Frey en Oberholzer-Gee 1997). Voor het beleid is het belangrijk *crowding out*-effecten te onderkennen. Een eenvoudig maar nuttig advies is om voldoende te belonen of anderszins maar beter helemaal niet te belonen. Wanneer het beschikbare budget beperkt is, is een schouderklop of een symbolisch presentje effectiever dan een triviale financiële beloning.

Het bovenstaande verhaal over de conditionele en reciproke prosociale kant van de mens behoeft wel nuancering. Er zit vaak ook een zelfzuchtige kant aan de prosociale oriëntatie van mensen. Velen weten zich weliswaar gedreven door motieven als gelijkheid, rechtvaardigheid en eerlijkheid; tegelijkertijd hebben ze de neiging om deze begrippen op een nogal egocentrische manier uit te leggen (Babcock et al. 1995). Ze vinden zichzelf vaak moreel dan de gemiddelde medemens. Ook hebben ze soms de neiging om hun eigenbelang te behangen met morele etiketten als rechtvaardig en eerlijk. Dit zou kunnen verklaren waarom een publieke of private oproep tot moreel en sociaal verantwoordelijk gedrag vaak niet zo effectief is. Men vindt zichzelf immers al sociaal. De oproep is vooral relevant voor anderen.

3.4 CONCLUSIE

In dit hoofdstuk hebben we laten zien hoe kennis van cognitief-psychologische mechanismen kan helpen om empirisch waargenomen gezondheidsgedrag, persoonlijke financiële planning en sociaal gedrag te verklaren. Dat mensen gevoelig zijn voor de wijze waarop keuzes aan hen worden voorgelegd betekent dat hun keuzes te beïnvloeden zijn. Dat biedt nieuwe mogelijkheden tot sturing in het belang van de burger, maar ook voor beïnvloeding in het belang van de bestuurder. Duidelijk is ook dat deze kennis van belang is bij het beoordelen van huidige

beleid dat gericht is op het beïnvloeden van individuele keuzes – of dat nu gaat om sparen voor later, gezondheidsgerelateerd gedrag of prosociaal gedrag. De mens van vlees en bloed is minder te sturen door een beleid dat een beroep doet op rede en redelijkheid dan door mechanismen van psychologische beïnvloeding.

Kortom, de gedragseconomie heeft beleidsimplicaties. Ongezond gedrag dat voortkomt uit een wilskrachtprobleem in plaats van uit een informatiekort zal niet afnemen door informatieoverdracht. Als bovendien het informeren over de risico's van roken en over calorieën in voedsel contraproductief kan uitwerken, is dat een wel heel somber bericht voor overheden die in hun beleid de nadruk leggen op waarschuwingen en voorlichting. Datzelfde geldt voor het terrein van de persoonlijke financiële planning. Zo is regelgeving erop gericht dat mensen een 'feitelijk juist, begrijpelijk en niet misleidend' financieel advies krijgen. Doel is onder andere om te voorkomen dat financiële adviseurs de klant manipuleren, maar de adviseur die weet dat de klant een afkeer heeft van uitersten kan diens gedrag sturen binnen de regels van de wet. Ook op het gebied van prosociaal gedrag heeft de gedragseconomie een beleidsrelevante boodschap. Financiële prikkels kunnen de intrinsieke motivatie om iets voor een ander of de samenleving te doen frustreren en zo een averechts effect hebben.

Daarmee biedt de gedragseconomie handvatten om het welslagen van bestaand beleid te vergroten en suggesties te doen voor beleid dat aansluit bij de psychologie van het kiezen (zie ook Sunstein en Thaler 2003; Camerer et al. 2003). Kortom: de gedragseconomie is niet alleen intellectueel, maar ook beleidsmatig uitdagend. Deze uitdaging bestaat uit het verdisconteren van kennis over wat nu werkelijk de drijvende kracht is achter de keuzes die mensen maken en het gedrag dat ze vertonen. Het is daarbij onvoldoende om erop te rekenen dat mensen hun eigenbelang voorop zullen stellen of de meest rationele strategie zullen verzinnen om hun voorkeuren te verwezenlijken. Zoals dit hoofdstuk duidelijk maakt staat er een heel scala aan *biases* en gedragmechanismen tussen wat mensen willen en wat ze daadwerkelijk doen. Daarbij zijn er aanzienlijke verschillen tussen hoe mensen kiezen (zie hoofdstuk 6). Bij de één overheerst de planner, terwijl de ander zich meer laat leiden door de doener in het brein. Ook verschilt de mate waarin *biases* greep hebben op keuzegedrag van persoon tot persoon: niet iedereen is even naïef.

Een beleidsmaker die erin wil slagen om mensen te helpen hun voorkeuren te verwezenlijken, dan wel mensen wil beïnvloeden om iets te doen voor het goede doel – of dat nu de naaste, de samenleving of de toekomst van de planeet is – zal dus rekening moeten houden met de psychologische dimensie van keuzegedrag en met systematische verschillen tussen mensen. De vraag is natuurlijk wat 'rekening houden' in dit verband betekent. Eerder ging het in dit hoofdstuk over *rational rules for irrational people*. Deze regels kunnen vele gedaanten aannemen. Zo kan de keuzearchitectuur worden aangegrepen keuzegedrag in een bepaalde richting te

wijzen, bijvoorbeeld door het stellen van een *default*. Ook kan worden gedacht aan strategieën om keuzegedrag vrij te maken van *biases*, bijvoorbeeld door mensen te wijzen op de langetermijngevolgen van keuzes. Beleid inrichten om de kiezende burger minder naïef en meer *sophisticated* te maken is een andere reële beleidsop-tie. Deze lijst van voorbeelden is natuurlijk verre van uitputtend, maar geeft wel aan dat gedragseconomie implicaties heeft voor de mislukkingen van en kansen voor een beleid gericht op het beïnvloeden van gedrag.

NOTEN

- 1 Boek zeven van zijn *Ethica Nicomachea* handelt over *Akrasia* (wilszwakte). Zie: Aristoteles (2004) *Ethica Nicomachea* (vertaald door C. Hupperts en B. Poortman), Budel: Damon.
- 2 Dit zou verklaren waarom artsen soms slecht voor hun eigen gezondheid en die van hun gezin zorgen: door te doen alsof nare ziektes alleen anderen kunnen overkomen, kunnen ze rustig slapen.
- 3 Vellekoop, Kooreman en Prast (2010) onderzoeken of zelfdisciplineren tot stand kan komen door sportschoolleden de kans te geven een deposito te storten waaruit ze voor elke week dat ze de sportschool bezoeken een bedrag geretourneerd krijgen, terwijl het aan de sportschool vervalt als ze die week niet op komen dagen.
- 4 Overigens kan een wie-zwijgt-stemt-toemechanisme voor sommige werknemers juist tot *minder* pensioensparen leiden: diegenen die zich anders actief zouden hebben aangemeld en een hogere premie gekozen zouden hebben dan de default-premie (Madrian en Shea 2001, Choi et al. 2003). *Default*-effecten spelen ook op ander terreinen een grote rol. Orgaandonatie is een bekend voorbeeld. Er zouden meer donoren zijn in een systeem waarin mensen bezwaar moeten maken als ze geen donor willen zijn.

BIBLIOGRAFIE

- Akerlof, G.A. en Shiller, R.F. (2009) *How Human Psychology Drives the Economy, and Why It Matters for Global Capitalism*, Columbia and Princeton: University Presses of California.
- Alesina, A., Glaeser, E. en Sacerdote, B. (2001) 'Why Doesn't the US have a European-Style Welfare State?', NBER, Working paper.
- Aristoteles (2004) *Ethica Nicomachea* (vertaald door C. Hupperts en B. Poortman), Budel: Damon.
- Babcock, L., Loewenstein, G., Issacharoff, S. en Camerer, C. (1995) 'Biased judgements of fairness in bargaining', *American Economic Review* 85 (5): 1337-1343.
- Becker, G.S. (1974) 'A theory of social interactions', *Journal of Political Economy* 82 (6): 1063-1093.
- Benabou, B., en J. Tirole (2004), 'Incentives and prosocial behavior', *mimeo*. Princeton University.
- Benartzi, S. en Thaler, R.H. (2008) 'Heuristics and Biases in Retirement Savings Behavior', *Journal of Economic Perspectives*.
- Beshears, J., Choi, J.J., Laibson, D., Madrian, B.C. (2006) 'Simplification and Saving', NBER, Working paper #12659.
- Bodie, Z. en Prast, H. (2008) *Rational Pensions for Irrational People*, paper presented at the Life Cycle Saving and Investing Conference of Boston University, October 2008.
- Bolton, G. en Ockenfels, A. (2000) 'ERC - A theory of equity, reciprocity, and competition', *American Economic Review* 90 (1): 166-193.
- Camerer, C., Issacharoff, S., Loewenstein, G., O'Donoghue, T. en Rabin, M. (2003) 'Regulation for Conservatives: Behavioral Economics and the Case of 'Asymmetric' Paternalism', *University of Pennsylvania Law Review*, vol. 151, pp. 1211-1254.
- Choi, J.J., Laibson, D., Madrian, B. and Metrick, A. (2005) 'Optimal Defaults and Active Decisions', NBER working paper # 11074.
- Cialdini, R.B. (1989) 'Social motivations to comply: norms, values and principles', p. 200-227 in J.A. Roth, J.T. Scholz (red.), *Tax Payer Compliance*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Damasio, A.R. (1994) *Descartes error: Emotion, reason and the human brain*, New York: G.P. Putnam Publishers.
- Della Vigna, S. en Malmendier, U. (2006) 'Paying Not to Go to the Gym', *American Economic Review*, vol. 96, pp. 694-719.
- Downs, J.S., Loewenstein, G. en Wisdom, J. (2009) 'Strategies for Promoting Healthier Food Choices', *American Economic Review* 99(2): 159-64.
- Falk, A. (2004) 'Charitable giving as a gift exchange – evidence from a field experiment', *CESifo*, Working paper 1218.
- Fehr, E. en Schmidt, K. (1999) 'A theory of fairness, competition, and cooperation', *Quarterly Journal of Economics* 114 (3): 817-868.

- Fong, C., Bowles, S. en Gintis, H. (2005) 'Reciprocity and the welfare state', p. 277-302 in H. Gintis, S. Bowles, R. Boyd, en E. Fehr (red.), *Moral Sentiments and Material Interests*, Cambridge: MIT Press.
- Frey, B.S. en Goette, L. (1999), 'Does pay motivate volunteers?', *mimeo* IEW, University of Zurich.
- Frey, B.S. en Meier, S. (2004) 'Social comparisons and pro-social behavior. Testing for 'conditional cooperation' in a field experiment', *American Economic Review* 94 (5): 1717-1722.
- Frey, B.S. en Oberholzer-Gee, F. (1997) 'The cost of price incentives: an empirical analysis of motivation crowding-out', *American Economic Review* 87 (4): 746-755.
- Frey, B.S. en Torgler, B. (2004) 'Taxation and conditional cooperation', CREMA, Working Paper 2004-20 Basel.
- Gneezy, U. en Potters, J. (1997) 'Evaluation periods and risk attitudes', *Quarterly Journal of Economics* 102: 631-645.
- Gneezy, U. en Rustichini, A. (2000a) 'A fine is a price', *Journal of Legal Studies* 29 (1): 1-18.
- Gneezy, U. en Rustichini, A. (2000b) 'Pay enough or don't pay at all', *Quarterly Journal of Economics* 115 (3): 791-810.
- Johnson, E.J. en Goldstein, D.G. (2003) 'Do defaults save lives?', *Science* 302: 1338-1339.
- Johnson, E.J., Hershey, J., Meszaros, J. en Kunreuther, H. (1993) 'Framing, probability distortions, and insurance decisions', *Journal of Risk and Uncertainty* 7 (1): 35-51.
- Kooreman, P. (2000) 'The Labeling Effect of a Child Benefit System', *The American Economic Review* 90 (3): 571-583.
- Kooreman, P. (2007) *Meten en geweten in de gezondheidseconomie*, Rede uitgesproken bij de openbare aanvaarding van het ambt van hoogleraar in de Gezondheidseconomie aan de Universiteit van Tilburg op vrijdag 23 november 2007.
- Kooreman, P. en Prast, H. (2007) 'What Does Behavioral Economics Mean for Policy? Challenges to Savings and Health Policies in the Netherlands', *Netspar Panel*, paper 2.
- Merton, R.C. en Bodie, Z. (2005) 'Design of Financial Systems: Towards a Synthesis of Function and Structure', *Journal of Investment Management* 3 (1): pp. 1-23.
- Ministerie van vws (2007) <http://www.minvws.nl/dossiers/overgewicht/default.asp>
- Prast, H. (2005) 'De mythe van de persoonlijke financiële planning (The myth of personal finance)', oratie, Tilburg University.
- Prast, H.M. (2009) 'Kort en lang: Zondebok; Laatste keer', *het Financieele Dagblad*, 24 april, 8 en 22 mei 2009.
- Samuelson, P.A. (1937) 'A note on measurement of utility', *The Review of Economic Studies*, 4 (2): 155-161.
- Samuelson, P. (2006) *Is Personal Finance a Science? Keynote Address, The Future of Life Cycle Saving and Investing*, Boston, 25 October: Boston University.
- Shang, J. en Croson, R. (2005) 'Field experiments in charitable contributions: the impact of social influence', *mimeo*, Wharton School, University of Pennsylvania.
- Shapiro, J. (2005) 'Is there a daily discount rate? Evidence from the food stamp nutrition cycle', *Journal of Public Economics* 89: 303-325.
- Smith, A. (1759) *The Theory of Moral Sentiments*, Amherst New York: Prometheus Books.

- Stephens Jr., M. (2003) '3rd of the month': Do social security recipients smooth consumption between checks?', *American Economic Review* 93(1): 406–422, March.
- Stephens Jr., M. (2006) 'Paycheck Receipt and the Timing of Consumption', *The Economic Journal* 116 (513): 680–701.
- Sunstein, C.R. en Thaler, R.H. (2003) 'Libertarian Paternalism is Not an Oxymoron', *University of Chicago Law Review* 70: 1159–1202.
- Thaler, R.H. (1999) 'Mental accounting matters', *Journal of Behavioral Decision Making* 12: 183–206.
- Thaler, R.H. en Benartzi, S. (2004) 'Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving', *Journal of Political Economy* 112 (1): 164–187.
- Thaler, R. en Shefrin, H. (1981) 'An economic theory of self-control', *Journal of Political Economy* 89: 392–406.

4 GEWOONTEGEDRAG: DE AUTOMATISCHE PILOOT VAN MENS EN MAATSCHAPPIJ

Henk Aarts

“We must make automatic and habitual, as early as possible, as many useful actions as we can,” schreef de Amerikaanse psycholoog William James in zijn beroemde *Principles of Psychology* (1890). Dat zag hij goed. Gewoontes zijn noodzakelijk voor ons dagelijks functioneren, omdat ze ons in staat stellen acties zonder aandacht uit te voeren. Typen, autorijden, je tanden poetsen, een douche nemen zouden moeilijke handelingen worden als ze elke keer met bewuste aandacht en planning moeten worden uitgevoerd. Hoe meer gedrag we kunnen delegeren naar het onbewuste, hoe meer ruimte we overhouden voor de dingen die wel bewuste aandacht vragen. Gewoontes zijn dus buitengewoon nuttig.

Gewoontes kunnen ons echter ook flink in de weg zitten en maken gedragsverandering erg lastig. Onbewuste en diep ingesleten patronen zijn moeilijk te veranderen; de macht der gewoonte is sterk. Tegelijk vragen veel maatschappelijke problemen juist om gedragsverandering, zoals files op de snelwegen, de toenemende belasting van het milieu of gezondheidsproblemen. Dit soort problemen kan alleen worden opgelost als mensen in groten getale hun gewoontes op het betreffende gebied veranderen. Om dat te realiseren staan de overheid verschillende beleidsinstrumenten ter beschikking, zoals wettelijke regels, financiële prikkels, infrastructurele voorzieningen, en voorlichting en educatie.

De veronderstelling bij deze laatste middelen is dat menselijk gedrag beredeneerd en bewust tot stand komt. Door de intenties van mensen te veranderen (bijvoorbeeld via het benadrukken van voordelen van het gewenste gedrag en de nadelen van het ongewenste gedrag) hoopt men het gedrag te veranderen. Die veronderstelling is echter lang niet altijd juist. Voorlichting en educatie kunnen wel ertoe leiden dat mensen goede voornemens maken (“Ik ga voortaan gezonder eten”) maar houden vaak geen rekening met het repeterende karakter van veel (maatschappelijk) ongewenst gedrag. Repetitie van gedrag leidt tot gewoontevorming, en als mensen eenmaal een gewoonte hebben gevormd, worden toekomstige keuzes op het betreffende gebied vaak automatisch gemaakt. Bewuste voornemens hebben daar niet of nauwelijks invloed op. Zodra men een reisdoel heeft, volgt automatisch de habituele vervoerswijze (vaak de auto); wanneer men gaat eten in de kantine wordt impulsief het broodje kroket en niet het broodje gezond besteld; en als we uitgaan en samen zijn met vrienden drinken we zonder nadenken bier of wijn. Door gewoontes functioneren we als het ware op de automatische piloot.

Beïnvloeding en regulering van menselijk gedrag vragen derhalve om beter inzicht in de rol van gewoontes in het menselijk functioneren. Dit hoofdstuk is een systematische verkenning van theorie en onderzoek over het ontstaan en beklijven van gewoontegedrag, en van mogelijkheden om gewoontegedrag te doorbreken. Meer in algemene zin richt dit hoofdstuk zich op de onbewuste en vaak automatische wijze waarop mensen hun gedrag uitvoeren om hun doelen te bereiken. We beginnen met een korte geschiedenis van het gewoonteconcept in de gedragswetenschappen in het algemeen en de psychologie in het bijzonder. Vervolgens bespreken we onderzoek dat nagaat hoe mensen gewoontes leren en in stand houden. Als mensen gewoontes opbouwen, vormen zij associaties tussen omgeving en gedrag. Deze associaties kunnen doelgerichte acties van mensen beïnvloeden en wel zodanig dat mensen de keuzes welke acties uit te voeren grotendeels automatisch maken. Tevens bespreken we de intrigerende mogelijkheid dat mensen doelgericht gedrag kunnen vertonen zonder daarover bewust na te denken. Ten slotte zullen we bespreken hoe gewoontegedrag kan worden beïnvloed en vervangen door nieuw gedrag via psychologisch-georiënteerde strategieën. We richten ons hierbij ook op de vraag in hoeverre deze gewoontebeïnvloeding door de overheid kan worden gerealiseerd.

4.1 WAT ZIJN GEWOONTES?

Het gewoonteconcept kent een lange historie en rijke traditie in onderzoek naar menselijk gedrag. Daardoor is er geen eenduidige definitie van gewoontes te geven. In de sociologie bijvoorbeeld worden gewoontes vaak gezien als gestructureerde patronen van gedrag die het resultaat zijn van interacties tussen de samenleving en individuen, en die een controlerende functie hebben in het vormgeven en stabiliseren van civilisatie en cultuur. Sociologen hanteren dus een brede definitie van gewoontes. Zij spreken ook wel van gebruiken, tradities, normen en waarden (Camic 1986). Evolutiewetenschappers gebruikten de term gewoontes om het elementaire gedrag van lagere soorten te beschrijven (Darwin 1859). De evolutionaire benadering van gewoontes was gerelateerd aan de instinctliteratuur, waarin gesproken werd over inherente disposities van organismen om zich op een bepaalde manier te gedragen, zoals het instinct voor reproductie, hofmakerij en het bouwen van een nest. Later werd de term gewoonte gebruikt als synoniem voor reflexen: motorimpulsen die worden geactiveerd door zenuwcellen, die op hun beurt weer door externe stimuli zijn geprikkeld (Fearing 1930). Samenvattend, de term gewoonte verwijst naar stabiele gedragspatronen die voortkomen uit biologische en sociale processen.

In de psychologie richt de analyse van gewoontes zich op het niveau van het individu. Onderwerp van onderzoek zijn de mentale processen die ten grondslag liggen aan het vormen, uitvoeren en beklijven van gewoontes. Men probeert te begrijpen hoe gewoontegedrag, zoals dagelijks de auto nemen naar je werk of

regelmatig eten van junkfood in de kantine, wordt geleerd en uitgevoerd zonder bewuste aandacht. Het onderzoek richt zich zowel op de functionaliteit van gewoontegedrag (waarbij de rol van bewuste aandacht en intenties verdwijnt als gevolg van leren en oefening) als de *dis*functionaliteit ervan (waarbij onbewuste gewoontes gedragsverandering in de weg zitten). In beide gevallen is het uitgangspunt dat gewoontegedrag een vorm van doelgericht automatisch gedrag is dat ontstaat door oefening en herhaling.

4.2 LEREN EN UITVOEREN VAN GEWOONTES

In het algemeen kan onderscheid worden gemaakt tussen twee niveaus waarop gewoontes worden geleerd, namelijk stimulus-respons-leren en doelgericht leren. Op beide mechanismen zullen we nu dieper ingaan.

4.2.1 GEWOONTGEDRAG ALS STIMULUS-RESPONSVERBINDINGEN

Op het laagste niveau van analyse kunnen gewoontes worden beschouwd als stimulus-respons(S-R)-verbindingen. Volgens de S-R-theorieën van behavioristen is elke vorm van leren in essentie te herleiden tot associaties tussen stimuli en responsen. Dergelijke associaties ontstaan en worden bekrachtigd door beloningen die volgen na het uitvoeren van een bepaalde respons in reactie op een bepaalde stimulus (Skinner 1938; Watson 1914). Als een kind bijvoorbeeld de telefoon oppakt en het gesprek dat volgt als leuk ervaart, verhoogt dit de kans dat het kind de telefoon opnieuw oppakt als die nogmaals rinkelt. Als deze beloningen regelmatig en consistent volgen op een bepaalde reactie op een stimulus, ontstaat er een sterke associatie tussen de stimulus en die respons. We kunnen dit als een fundamentele vorm van gewoontes beschouwen.

De betreffende beloningen kunnen uit verschillende bronnen voortkomen en ook verschillende vormen aannemen. Zij kunnen bijvoorbeeld door anderen (zoals ouders, leraren, maar ook de overheid) worden gegeven om het aanleren van basisvaardigheden te bevorderen. Door operante conditionering te gebruiken kunnen vanzelf opkomende acties worden bekrachtigd door deze te belonen, terwijl door klassieke of Pavlovianse conditioneringstechnieken meer complexe relaties kunnen worden geleerd tussen niet-belonende en belonende stimuli. Je kunt een hond bijvoorbeeld trainen op een bepaald commando te gaan zitten door deze actie te belonen met een koekje of een knuffel. Deze conditioneringstechnieken reflecteren dus de basismechanismen van leren die verantwoordelijk zijn voor de vorming van S-R-gewoontes.

In ons dagelijks leven opereren deze mechanismen vaak ongevraagd en automatisch. Fysieke en sociale behoeften (bijvoorbeeld dorst, honger, sociale status en waardering) leiden ertoe dat objecten en acties die deze behoeften reduceren

(bijvoorbeeld water, eten, geld) de status verwerven van *incentive* of stimulans – dat wil zeggen, ze worden gezien als een potentiële beloning. Daardoor kunnen zij mensen motiveren om acties uit te voeren die deze behoeften reduceren (Berridge 2007). Een glas water drinken is belonend als men dorst heeft, en het zien van een glas kan dus leiden tot het betreffende gedrag. De *incentive* kan zelfs gedrag oproepen als de behoefte nog niet aanwezig is. Daardoor wordt een object zelf aantrekkelijk om te gebruiken. Dit verklaart wellicht waarom een sterke verleiding kan uitgaan van allerlei objecten waaraan we dagelijks worden blootgesteld, zoals vet eten, zoete drankjes, geld, enz.

Beloningen spelen dus een cruciale rol bij het leren van S-R- gewoontes. Echter, op een gegeven moment zijn ze niet meer nodig om een stimulus toch een reactie op te laten roepen, namelijk wanneer de gewoonte (S-R-verbinding) volledig is gevormd en opgeslagen in het geheugen (Dickinson en Balleine 1995). Als de associaties sterk genoeg zijn, is enkel het waarnemen van de stimulus al genoeg om automatisch de respons op te roepen. Dit gebeurt zonder intentie of aandacht. Op dit punt verdwijnt dus de rol van de beloning die eerder nog de actie motiveerde. Nu is er sprake van een gewoonte die voortkomt uit ingesleten S-R-verbindingen die diep in het brein en cognitieve apparaat zijn ingebakken.

Alhoewel ingesleten S-R-verbindingen aan de basis staan van gewoontes, is het goed ons te realiseren dat dergelijke verbindingen minder rigide werken dan we denken. De activering en werking van veel S-R-verbindingen hangt af van onze doelen in bepaalde situaties (Hommel 1998). Bij het afgaan van de wekker bijvoorbeeld zul je op een doordeweekse dag wellicht naar de douche lopen, terwijl je op zaterdag de krant uit de brievenbus haalt. Afhankelijk van het doel dat iemand in de betreffende situatie heeft (werk of vrije tijd) kan dezelfde stimulus (de wekker) verschillende responsen ontlokken. Gewoontes kunnen dus worden gezien als doel-afhankelijk.

4.2.2 GEWOONTES ALS DOEL-AFHANKELIJKE VAARDIGHEDEN

Wanneer het gaat om simpele acties zoals naar de deur lopen als er wordt aangebeld, kan men gewoontes beschouwen als eenvoudige S-R-associaties. De meeste gedragingen in ons dagelijks leven, bijvoorbeeld koffie zetten of naar je werk rijden, zijn echter complexer. Toch kunnen ook deze meer complexe gedragingen worden aangemerkt als gewoontes die zonder aandacht kunnen worden uitgevoerd. Hoe leren we dergelijke habituele vaardigheden aan en hoe ziet hun onderliggende structuur eruit?

Een manier om deze vaardigheden te beschrijven is als een keten van responsen die door doelen in gang worden gezet (Cooper en Shallice 2006). De gewoonte om koffie te zetten na het avondeten kan dus worden geactiveerd door het betreffende

doel. Dat zet een kettingreactie in gang waarin elke respons de volgende activeert. De filter in het apparaat stoppen activeert dus koffie pakken en in de filter doen, wat vervolgens water pakken activeert enz. In zo'n sequentie wordt iedere volgende stap bepaald door de stap die daaraan voorafging, ongeacht de uitkomst per stap. Dit wordt een *open-loop*-proces genoemd. Een dergelijk proces is een goede aanpak voor het uitvoeren van complexe acties waarbij weinig tijd is om over uitkomsten na te denken en feedback te verwerken (bijvoorbeeld, als je een snelle sequentie van tonen op de piano moet spelen). Het werkt echter alleen wanneer de responsketen iedere keer identiek is. Elke kleine afwijking of verandering in de omgeving of de uitvoering kan de keten verbreken.

Je zou daarom kunnen denken dat gewoontes makkelijk te doorbreken zijn door kleine veranderingen in de omgeving of acties aan te brengen. Dit idee is echter te simpel. Omdat we dagelijks een enorme verscheidenheid van acties in een veranderende omgeving uitvoeren, zijn mensen uitgerust met een intern (hiërarchisch geordend) model dat zich beroept op een *closed-loop*-proces. In een dergelijk proces worden lagere acties gestuurd door hogere doelen (Power 1973). We vergelijken de waargenomen gevolgen van onze acties met de geanticiperde uitkomsten en passen onze daarop volgende acties zo aan dat het gewenste resultaat wordt verkregen. Als we bijvoorbeeld 's morgens naar ons werk gaan, nemen we automatisch de auto en rijden weg. De acties die nodig zijn om ons werk te bereiken zijn doorgaans dezelfde (de auto starten, rechtsaf gaan bij het stoplicht enzovoort), maar vinden vaak plaats onder verschillende omstandigheden (het stoplicht staat op rood in plaats van groen, er staat een behoorlijke wind). In een *closed-loop*-proces wordt de waarneming van deze omstandigheden gebruikt voor selectie en *finetuning* van volgende handelingen. Daardoor wordt ons gedrag flexibel en zijn mensen in staat om hetzelfde doel onder verschillende omstandigheden te bereiken.

Dat doelen een sturende rol spelen in complexer gewoontegedrag, wil overigens niet zeggen dat uitvoering van dergelijk gedrag bewuste aandacht vergt (Fournieret en Jeannerod 1998). Wanneer we bijvoorbeeld auto leren rijden, zal in het begin bewuste aandacht noodzakelijk zijn voor de selectie van de geschikte acties. Wanneer we de vaardigheid echter voldoende hebben geoefend en ons eigen hebben gemaakt, is dat niet meer nodig. Het gedrag verloopt dan nog steeds op basis van een *close loop*-proces, maar de uitvoering zal steeds efficiënter verlopen en niet langer bewuste aandacht vereisen. Evidentie voor dit idee komt onder meer uit onderzoek naar *dual task performance*. In dergelijk onderzoek blijkt dat als men een bepaalde taak (bijvoorbeeld een reeks van vier letters intikken op het toetsenbord als reactie op vier verschillende stimuli) eerst enige tijd geoefend heeft, dat leidt tot minder interferentie tijdens het uitvoeren van een tweede, nieuwe taak die om bewuste aandacht vraagt (bijvoorbeeld een rekensommetje maken). Interferentie met de tweede taak treedt vooral op als de eerste taak niet veelvuldig is

geoeffend en dus geen gewoontekarakter draagt (Pashler en Johnston 1998). Kortom, in tegenstelling tot nieuwe, non-habituele vaardigheden kunnen habituele vaardigheden beter tegelijkertijd worden uitgevoerd met andere taken die bewuste aandacht vragen.

Ook onderzoek in de cognitieve neurowetenschappen levert bewijs dat doelgerichte habituele vaardigheden minder bewuste controle vragen (Kelly en Garavan 2005). In dergelijk onderzoek brengt men de functionele anatomie van habituele vaardigheden in kaart met behulp van moderne *neuro imaging*-technieken, zoals *positron emission tomography* (PET) en *functional magnetic resonance imaging* (fMRI). In het algemeen wordt aangenomen dat de prefrontale cortex (PFC), anterior cingulated cortex (ACC) en posterior partial cortex (PPC) de belangrijkste corticale gebieden zijn die bewuste aandacht en controle sturen. Vooral deze gebieden zijn dus betrokken bij het aanleren en uitvoeren van nieuwe taken. Het onderzoek laat nu zien dat naarmate men een taak vaker heeft herhaald en deze dus meer 'gewoonte' wordt, de frontale corticale gebieden steeds minder actief zijn tijdens de taak, terwijl er juist meer activiteit plaatsvindt in de breincomponenten die de controle van de habituele vaardigheid regelen (zoals de primaire en secundaire sensorische en motor cortex). Dit wordt ook wel functionele herdistributie genoemd. Door oefening treedt een verschuiving op in de hersengebieden die worden ingeschakeld om de betreffende actie uit te voeren.

4.2.3 GEWOONTES, KEUZES EN DOELGERICHT GEDRAG

Wanneer men een bepaald doel wil bereiken, vereist dat allereerst dat men een habituele vaardigheid aanpast aan veranderende omstandigheden. Vaak kan men daarbij echter kiezen uit verschillende opties in gedragspatronen. Iemand kan bijvoorbeeld beschikken over zowel een auto als een fiets om naar het werk te gaan. Beide vervoerswijzen vereisen elk hun eigen sequentie van acties. Het realiseren van het doel (op het werk komen) begint met een bewuste selectie van een van beide opties. Na herhaaldelijk en consistent dezelfde optie te hebben gekozen, zal echter niet alleen de sequentie van acties zelf, maar ook de *keuze* voor dat gedrag worden geautomatiseerd (Aarts en Dijksterhuis 2000; Bargh 1990). Dat wil zeggen, het gedrag wordt sterk geassocieerd met het doel, en zodra het doel relevant is, start automatisch de keten van acties waaruit dit gedrag is opgebouwd.¹

Dergelijke geautomatiseerde doel-middelschema's zijn vooral aanwezig bij mensen die dat schema herhaaldelijk in het verleden hebben doorlopen. Bij hen is dit schema feitelijk gewoonte geworden. Zodra dit schema wordt geactiveerd, wordt het betreffende doelgerichte gedrag ingezet – dus zonder dat men eerst daartoe de bewuste intentie heeft gevormd. In verschillende experimenten is hiervoor ondersteuning gevonden. Zo blijken mensen automatisch geneigd te zijn om de fiets of de auto te gebruiken zodra ze het doel hebben om te gaan winkelen,

maar alleen wanneer zij in het verleden al vaak het betreffende vervoermiddel voor dat reisdoel hebben gekozen (Aarts en Dijksterhuis 2000). Ook op andere terreinen kunnen mensen automatisch keuzes maken. In een recente studie onder studenten in Engeland bleek dat habituele drinkers zonder nadenken alcoholische consumpties prefereren boven non-alcoholische, zodra ze het doel hebben om zich te vermaken met vrienden (Sheeran, Aarts et al. 2005). Kortom, als we een sterke gewoonte hebben ontwikkeld, kunnen we onze doelen bereiken door automatisch en zonder daarover bewust na te denken de geschikte actie te selecteren en uit te voeren.

Het idee dat bewuste aandacht en intentie slechts een beperkte rol spelen bij doelgericht gewoontegedrag is ook onderzocht in studies naar de voorspelling van gedrag. De hoofdvraag in dergelijk onderzoek is: verloopt doelgericht gedrag nu intentioneel of habitueel? Met andere woorden: wordt wat mensen in werkelijkheid doen het beste voorspeld door hun intenties of door hun gewoontes? Om deze vraag te beantwoorden is een groot aantal doelgerichte gedragingen onderzocht die alle repetitief van aard zijn, zoals spijbelen, consumeren van junkfood, joggen en sporten, condoomgebruik, het dragen van veiligheidsgordels, televisie kijken, met de auto naar het werk gaan en het recyclen van afval. In dergelijke studies wordt mensen eerst gevraagd in hoeverre zij de intentie hebben in de toekomst een specifiek doelgerichte gedrag uit te voeren, en in hoeverre zij dat gedrag in het verleden reeds hebben uitgevoerd (als een maat voor gewoontesterkte). Op basis van hun antwoorden wordt daarna met hulp van statistische technieken een voorspelling gemaakt van de mate waarin zij in de toekomst het betreffende gedrag zullen uitvoeren. Die voorspelling wordt vervolgens vergeleken met een meting van de mate waarin zij het betreffende gedrag ook daadwerkelijk uitvoeren gedurende een bepaalde periode. De standaardbevinding in dit soort studies is dat zowel intentie als gewoonte een onafhankelijke bijdrage leveren in de voorspelling van toekomstig gedrag (Aarts, Verplanken en Van Knippenberg 1998).

Deze onafhankelijke bijdrage van intentie en gewoonte suggereert dat sommige delen van repetitief gedrag bewuste aandacht vragen, maar dat andere delen onbewust verlopen. Iemand kan zich bijvoorbeeld bewust ten doel stellen om naar het werk te gaan, maar vervolgens automatisch de auto instappen en geroutineerd naar het werk rijden. Tijdens de rit zal hij af en toe het feedbackcontrolesysteem (*closed loop*) gebruiken om ervoor te zorgen dat hij de eindbestemming bereikt. Anders gezegd, de uitvoering van relatief complex gewoontegedrag is afhankelijk van een actueel doel. De vraag is echter of voor het inzetten en uitvoeren van doelgericht habitueel gedrag altijd bewuste aandacht en intenties nodig zijn, of dat de initiatie en uitvoering ervan ook onbewust kan.

Een aantal studies volgens de hierboven beschreven opzet werpt licht op deze intrigerende vraag. De hypothese was dat als doelgericht gedrag vaker wordt

uitgevoerd en tot gewoonte wordt, de relatie tussen intentie en toekomstig gedrag zwakker zal worden. Dit is onderzocht in een studie naar gebruik van vervoermiddelen (Aarts et al. 1998). Burgers uit Wijchen vulden een vragenlijst in, waarin hun intenties en gewoontes ten aanzien van openbaar vervoer en autogebruik naar Nijmegen werden gemeten. Daarna hielden de respondenten een reisdagboekje bij, zodat kon worden bepaald hoe vaak ze met de auto en met het openbaar vervoer naar Nijmegen waren gereisd. De resultaten lieten zien dat gewoonte interacteert met intenties in de voorspelling van gedrag. Als iemand nog geen sterke gewoonte had ontwikkeld ten aanzien van gebruik van auto of openbaar vervoer, kon zijn toekomstig vervoersgedrag worden voorspeld vanuit zijn intenties. Als iemand echter al wél een sterke gewoonte op dit vlak had ontwikkeld, kon het toekomstig vervoersgedrag níet worden voorspeld vanuit de intentie om met de auto of openbaar vervoer te gaan.

Dat intenties niet altijd voorspellende waarde hebben voor toekomstig gedrag, blijkt ook uit onderzoek naar andere doelgerichte gedragingen, zoals het consumeren van junkfood, alcoholgebruik tijdens cafébezoek en omgang tussen mensen op de werkplek en op school. Het verschijnsel treedt vooral op als het doelgerichte gedrag frequent en consistent in dezelfde situatie of omgeving wordt uitgevoerd (Danner, Aarts en De Vries 2008).

4.3 ONBEWUST NASTREVEN VAN DOELEN

Het idee dat doelgericht gedrag door gewoontevorming volledig onbewust kan verlopen heeft tot de opvatting geleid dat we onze doelen niet altijd bewust zelf kiezen en nastreven. Soms is het de omgeving of de situatie die bepaalde doelen in ons activeert en als het doel eenmaal onbewust actief is, beïnvloedt het ons gedrag. Een van de eerste onderzoeken die deze theorie bevestigde, is een studie van Bargh en collega's over het direct activeren van het doel om te presteren – een wenselijk doel onder veel studenten aan de Universiteit van New York, waar het onderzoek werd uitgevoerd (Bargh et al. 2001). Zij toonden aan dat studenten die op subtiële wijze werden blootgesteld aan woorden die voor prestatie staan (zoals presteren, winnen en wedijveren), beter en harder hun best deden op een daaropvolgende puzzeltaak.

Na deze intrigerende bevindingen zijn er verschillende onderzoeksprogramma's gestart naar de invloed van sociale omgeving op automatisch doelgericht gedrag. Zo blijkt dat we onbewust de doelen overnemen die we zien in andermans gedrag (Aarts, Gollwitzer en Aarts 2004). Als iemand anders bijvoorbeeld aandelen koopt en heel veel winst maakt, worden we automatisch besmet met het doel om geld te verdienen. Deze doelbesmetting werkt sterker wanneer het afgeleide doel van andermans gedrag afkomstig is uit onze eigen groep (Loersch, Aarts, Payne en Jefferis 2008). Dat suggereert dat doelbesmetting tussen mensen een krachtig middel is om menselijk gedrag op elkaar af te stemmen en groepsprocessen te faci-

literen. Ook de waarneming van leden van groepen die we met bepaalde specifieke doelen associëren kan onbewust doelgericht gedrag bij ons ontlokken (Aarts, Chartrand et al. 2005; Custers et al. 2008). Zo leidt het zien van een verpleegster automatisch tot het nastreven van het doel om anderen te helpen, terwijl we na het zien van een bankdirecteur automatisch geld willen verdienen. Onze interactie met belangrijke anderen, zoals ouders en partners, leidt tot doelgericht gedrag dat we associëren met die anderen (Fitzimons en Bargh 2003; Shah 2003). En niet alleen de sociale omgeving kan ons onbewust motiveren om doelen na te streven, ook de fysieke omgeving heeft invloed. De geur van allesreiniger motiveert ons om onze directe omgeving schoon te houden en op te ruimen, zonder dat we ons bewust zijn van de geur en het doel dat deze activeert (Holland, Hendriks en Aarts 2005). In hoofdstuk 8 wordt nader op dit soort processen ingegaan.

4.4 DE PSYCHOLOGIE VAN HET VERANDEREN VAN GEWOONTGEDRAG

Het overzicht hierboven doet vermoeden dat we veel weten over de psychologie van gewoontes. Er is echter verrassend weinig onderzoek dat systematisch in kaart brengt hoe gewoontegedrag doorbroken en omgebogen kan worden. Het onderzoek dat er wél is, gaat meestal over de mate waarin gewoontes die als enkele s-R-verbindingen opereren veranderd kunnen worden. De algemene strekking van dit onderzoek is dat sterk verankerde s-R-gewoontes moeilijk te controleren zijn met bewuste aandacht en intenties, omdat deze gewoontes vaak hun zetel hebben in een automatische en onbewuste vorm van geheugen die onafhankelijk werkt van hogere cognities en bewustzijn. Een typisch voorbeeld het zogenaamde *Stroop-effect*. Dit is het verschijnsel dat mensen erg veel moeite hebben om de kleur van een woord te noemen wanneer dat woord in een andere kleur is geschreven (bijvoorbeeld wanneer het woord 'rood' in blauw is geschreven). Het lijkt dan ook niet verstandig al onze pijlen te richten op het veranderen van simpele s-R-gewoontes.

Echter, naarmate gewoontes meer doelgericht zijn en het gedrag complexer wordt, zijn er meer aangrijpingspunten voor sturing en verandering. Hieronder worden drie mogelijkheden beschreven die zich achtereenvolgens richten op gewoonte-doorbreking via (1) verhoogde bewuste aandacht voor de keuzecontext, (2) het vormen van zogenaamde implementatie-intenties, en (3) verandering in de prioriteit van de onbewuste doelen.

4.4.1 VERHOOGDE AANDACHT

Zoals uiteengezet, wordt naarmate men vaker een bepaalde keuze maakt (met de auto naar het werk gaan) het beslisproces dat voorafgaat aan die keuze sterker geautomatiseerd. Er is steeds minder sprake van een bewuste keus. Een dergelijke automatisering van keuzes is bijzonder functioneel. Het zorgt ervoor dat we niet

steeds opnieuw dezelfde afwegingen hoeven te maken en onze aandacht kunnen richten op zaken die wel bewuste aandacht vragen. De keerzijde van de medaille is dat het belang voor de persoon vermindert om een keuze ook daadwerkelijk als een beslissing te ervaren. Daardoor zal hij een gunstige verandering in alternatieven en gedragscontext mogelijk niet opmerken (Meykamp en Aarts 1997). Denk bijvoorbeeld aan een situatie waarin een verstokte automobilist vanwege een veranderde infrastructuur of prijsverhoging beter af zou zijn qua reistijd en kosten als hij zou kiezen voor een andere wijze van vervoer.

Veel pogingen om gewoontes te veranderen grijpen aan op het gewoontegedrag zelf, namelijk door de uitvoering ervan te belemmeren en alternatieve gedragingen te stimuleren. Een minder directe aanpak om gewoontes te doorbreken is om het afwegingsproces voorafgaand aan gedrag meer saillant te maken. Ook mensen met een sterk ontwikkelde gewoonte zullen in sommige omstandigheden gemotiveerd zijn om een bewuste afweging te maken, bijvoorbeeld wanneer het gedrag belangrijke consequenties heeft. (Denk bijvoorbeeld aan een sollicitatiegesprek dat kan leiden tot het heroverwegen van de vervoerswijze). In de sociale psychologie is veel aandacht besteed aan deze wijze van gedragsverandering (Cialdini 2001; Zimbardo en Leippe 1991). Zo is bekend dat informatie grondiger wordt verwerkt als men zich betrokken voelt bij het onderwerp of weet dat men naderhand verantwoording moet afleggen over de gemaakte keuze. Dit kan dus de keuze voor (betere) alternatieven bevorderen.

Een andere mogelijkheid is mensen bewust te maken van de keuzecontext. Deze aanpak zien we bijvoorbeeld bij pogingen tot beïnvloeding van consumentengedrag, waarbij fabrikanten op hun producten slogans plaatsen die mensen moeten aanmoedigen om meer bewust te kiezen. Deze aanpak is echter abstract en ongericht. Er is weinig bekend over de effecten ervan in termen van gewoontedoorbreking. Men kan mensen ook bewust maken van specifieke aspecten van de context waarin het gewoontegedrag plaatsvindt. Een voorbeeld hiervan is een studie waarin notoire automobilisten naar hun gedrag ten aanzien van autogebruik. Voordat zij zich gingen verplaatsen met een bepaald vervoermiddel, werd hun expliciet gevraagd na te denken over kenmerken van de reis, zoals de weersomstandigheden, de reisafstand en het aantal personen dat meereist (Aarts et al. 1998). De resultaten lieten zien dat autorijders bij deze verhoogde aandacht voor de keuzecontext in het begin dergelijke aspecten meewegen in hun keuze, maar al vrij snel weer op de gewoontemanier (zonder nadenken) verder gaan. Als mensen reeds bepaalde gewoontes hebben ontwikkeld, letten zij dus wel meer op kenmerken van de keuzecontext wanneer hun aandacht expliciet daarop wordt gevestigd, maar dit effect is slechts tijdelijk. Het veranderen van gewoontes zal dus alleen slagen als deze verhoogde aandacht langdurig wordt gecontinueerd. Deze aanpak werkt waarschijnlijk het beste op relatief kleine schaal in welomschreven situaties, waarin het mogelijk is mensen langdurig en gericht te wijzen op de keuzecontext.

Mensen worden zich ook meer bewust van de keuzecontext als er in hun omgeving een ingrijpende verandering plaatsvindt die oude gewoontes om wenselijke doelen te realiseren onmogelijk maakt. In een studie onder studenten werd bijvoorbeeld onderzocht of zij hun gewoontes veranderen wanneer zij verhuizen (Wood, Tam en Wit 2005). De studenten rapporteerden in een vragenlijst hun intenties en gewoontes ten aanzien van alledaagse activiteiten (krant lezen, junkfood eten, sporten) en hielden vervolgens een dagboekje bij over deze activiteiten nadat ze verhuisd waren of niet. De resultaten lieten zien dat bepaalde gewoontes (bijvoorbeeld sporten) als gevolg van de verhuizing verdwenen (de sportclub is bijvoorbeeld niet meer dicht bij huis), maar dat andere gewoontes (junkfood eten) bleven bestaan omdat de omstandigheden waarin ze plaatsvinden niet sterk veranderd waren (de route naar het werk is gedeeltelijk nieuw, maar de McDonald's zit nog steeds op de route). Minstens zo interessant was de bevinding dat deze verandering van omgeving ervoor zorgde dat de gewoontes opnieuw werden voorspeld door intenties. Dit suggereert dat verandering van omgeving het afwegingsproces voorafgaand aan gedrag meer saillant maakt, en mensen derhalve meer openstaan voor wijziging van gewoontes.

Hoewel bewustwording van de keuzecontext kan helpen gewoontes te doorbreken, dient enige voorzichtigheid betracht te worden. Het kan namelijk ook negatief uitpakken. Dat gebeurt bijvoorbeeld als mensen hun bewuste aandacht richten op het uitvoeren van vaardigheden die zij doorgaans automatisch uitvoeren. Het effect daarvan is dat de sequentiële structuur van acties uiteenvalt en zij daardoor minder soepel verlopen. Als de keten eenmaal is verbroken, moeten de losse onderdelen apart worden uitgevoerd en dat kost meer tijd en creëert ruimte voor fouten. Dit wordt ook wel *choking under pressure* genoemd. Mensen 'verslikken' zich in de uitvoering van een gewoonte die zij nu als het ware benaderen alsof zij deze opnieuw moeten leren (Beilock en Carr 2001). Dit effect treedt bijvoorbeeld op wanneer een zeer vaardige pianospeler wordt gevraagd om zich bewust te worden van elke noot die hij speelt. Het gevolg is dat zijn pianospel minder vloeiend verloopt. Andere voorbeelden zijn bewuste aandacht voor autorijden of het intikken van de pincode. Bewustwording van eigen gedrag is dus niet altijd effectief. Voor het veranderen van gewoontes dient deze strategie met enige voorzichtigheid te worden gehanteerd.

4.4.2 IMPLEMENTATIE-INTENTIES

Gedragsverandering via verhoogde aandacht voor de keuzecontext is er doorgaans op gericht mensen te stimuleren om een nieuwe afweging te maken, maar niet op het veranderen van voorkeuren zélf (voortaan ga ik met de fiets naar mijn werk in plaats van met de auto). Daarvoor moet men de intenties van mensen veranderen, bijvoorbeeld door middel van voorlichting of educatie. Helaas blijkt de kracht van nieuwe intenties vaak niet sterk genoeg om het automatisme van de gewoontes te doorbreken (Webb en Sheeran 2006).

Gelukkig laat recent onderzoek naar zogenaamde implementatie-intenties veelbelovende resultaten zien in het doorbreken van gewoontes. Implementatie-intenties specificeren de wijze waarop nieuw gedrag uitgevoerd dient te worden. Zulke intenties hebben de vorm “als ik situatie x tegenkom, dan doe ik y”. Ze concretiseren dus het voornemen tot nieuw gedrag (bijvoorbeeld: meer bewegen op mijn werk) op een specifiek en helder niveau (de trap in plaats van de lift nemen). Het gaat erom mensen te laten plannen wanneer, waar en hoe ze het nieuwe gedrag gaan uitvoeren. Zo is iemand die uit gewoonte de lift neemt naar de derde etage, maar die uit gezondheidsoverwegingen vaker de trap wil nemen, gebaat bij het maken van een plan waarin wordt uitgewerkt wanneer (zodra ik het gebouw in ga), waar (bij de portier) en hoe (dan loop ik naar links) hij deze nieuwe actie zal implementeren. Hoewel het maken van een dergelijk plan (en het doorlopen van de drie stappen) weliswaar bewuste aandacht en tijd vraagt, wordt de kans op doorbreken van de gewoonte aanzienlijk verhoogd.

De reden waarom implementatie-intenties zo effectief zijn, is dat ze de controle over het nieuwe gedrag als het ware delegeren naar de omgeving. Het vormen van implementatie-intenties beïnvloedt de werking van ons cognitieve apparaat op twee manieren. Allereerst versterken ze de associatie tussen het nieuwe gedrag en de toekomstige situatie waarin dat gedrag moet worden uitgevoerd. Ten tweede worden door het formuleren van de implementatie-intentie het betreffende gedrag en de situatie meer toegankelijk in het geheugen. Door de sterkere associatie en de verhoogde toegankelijkheid zal de situatie eerder worden herkend en het geplande gedrag eerder automatisch volgen.

Inmiddels zijn er vele studies verricht waarin de werking van implementatie-intenties is aangetoond in de context van werk, onderwijs, gezondheid en milieu (Gollwitzer en Sheeran 2006). Bovendien zijn er enkele studies die laten zien dat implementatie-intenties niet alleen gewoontegedrag kunnen doorbreken, maar ook kunnen helpen om nieuwe gewoontes aan te leren. Zo werd in een studie onder kantoormedewerkers onderzocht of implementatie-intenties de gewoonte om papier en plastic in de vuilnisemmer te gooien kan veranderen in de gewoonte deze te scheiden in daarvoor speciaal aangebrachte containers. Dat bleek inderdaad het geval. De nieuwe gewoontes hielden zelfs stand tot twee maanden na het vormen van de implementatie-intenties (Holland, Aarts en Langendam 2006). Dit resultaat was grotendeels toe te schrijven aan het feit dat het nieuwe gedrag werd ondersteund door goede faciliteiten, en het in vergelijking tot de oude gewoonte niet veel extra moeite kostte.

4.4.3 VERANDERING VAN PRIORITEIT IN ONBEWUSTE DOELEN

Zoals eerder gesteld kent veel gewoontegedrag een doelgericht karakter. We nemen uit gewoonte de auto om naar het werk te gaan. We gaan naar het café en

drinken bier om bij vrienden te zijn. We eten chocola en frites omdat we dat lekker vinden. Kortom, mensen ontwikkelen gewoontes en automatiseren hun gedrag om persoonlijke doelen te bereiken. Bovendien hebben we geconstateerd dat de doelen die gewoontegedrag op gang brengen, ook onbewust ons gedrag kunnen beïnvloeden, namelijk als zij worden geactiveerd door onze sociale en fysieke omgeving. Dit maakt veranderen van gewoontegedrag extra moeilijk, omdat mensen zich doorgaans niet bewust zijn van de doelen die het gewoontegedrag sturen. Zij kunnen dus niet worden aangesproken via voorlichting en educatie (en dus de beredeneerde route).

Onbewust geactiveerde doelen kunnen ons behoorlijk in de weg zitten. Zo is bijvoorbeeld een persoon die aan de lijn doet niet gebaat bij de onbewuste activering van het doel om lekker te eten bij het zien van een stuk chocolade. Evenmin is een student die vlak voor een tentamen zit gebaat bij onbewuste activering van het doel om met vrienden uit te gaan door het zien van een gezellig terras. Dit roept de vraag op of het wellicht mogelijk is dergelijke onbewust geactiveerde doelen tijdelijk te vervangen door andere, meer wenselijke doelen die eveneens onbewust worden geactiveerd en die het onwenselijke doel als het ware weer wegdrücken omdat ze daarmee conflicteren. Als dat lukt, verandert daarmee ook het gewoontegedrag, want we kunnen maar één ding tegelijk doen (Aarts, Custers en Holland 2007; Shah, Friedman en Kruglanski 2002). Hoewel deze benadering nog in de kinderschoenen staat, is reeds een aantal interessante resultaten geboekt.

In een studie (Aarts et al. 2007) om dit idee te toetsen werden studenten een week voor hun tentamens onbewust (subliminaal) geactiveerd met het doel om uit te gaan met vrienden. Eerder onderzoek had laten zien dat een dergelijke onbewuste activering het daaropvolgende gewoontegedrag automatisch op gang brengt. Dit onbewuste doelactiveringseffect verdween echter, als onmiddellijk daarna het concurrerende doel om te studeren voor tentamens werd geactiveerd. Met andere woorden, activering van het concurrerende doel (studeren) door de omgeving drukt de werking van het eerder actiefgemaakte doel (uitgaan) weg. Daardoor wordt gewoontegedrag doorbroken en wenselijk doelgericht gedrag bevorderd.

Het idee om prioriteit van onbewuste doelen te veranderen door gebruik te maken van een conflict tussen doelen is ook onderzocht bij gezondheidsgedrag en lijnen. Lijnen is voor veel mensen een moeilijke opgave en het gaat dan ook regelmatig mis. We eten te veel vet en slagen er niet in om gezonder te eten. De verleidingen zijn te groot. In het algemeen wordt verondersteld dat het weerstaan van verleidingen wilskracht vraagt, omdat er een beroep moet worden gedaan op bewuste aandacht en op intenties om het doel te bereiken en niet te zwichten voor de verleiding. Volgens de meeste gangbare theorieën is lijnen derhalve alleen succesvol als we ons bewust voornemen om af te vallen en niet te snoepen en ons hier zo sterk mogelijk aan committeren. Maar is dit werkelijk het hele verhaal? Veel lijners

willen echt afvallen, maar de dagelijkse praktijk leert dat het stellen van dit bewuste doel niet echt werkt. Waar gaat het dan mis en kunnen we dit verbeteren?

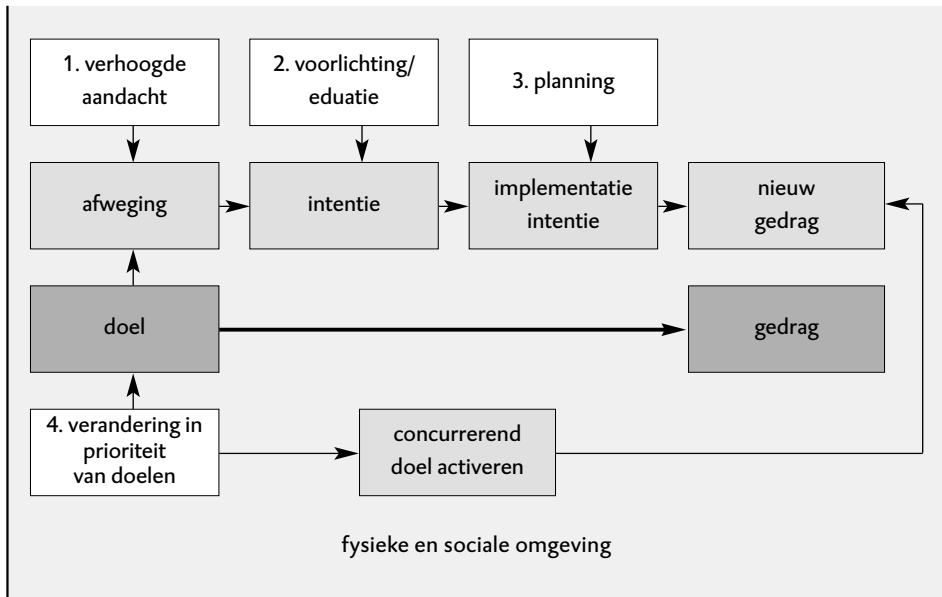
In recent onderzoek stelt een groep Nederlandse wetenschappers dat lijnen vaak mislukt doordat er een conflict bestaat tussen het doel om lekker te eten en het doel om te lijnen, en dat de lekkernijen in onze omgeving het doel om te lijnen wegdrücken. Het zien van lekkere koekjes, chocola en chips roept een onbewust verlangen op deze te eten (Papies, Stroebe en Aarts 2007). Deze ‘aandrang’ om al dat lekkers te eten drukt het conflicterende doel om te lijnen weg. Gevolg is dat we sneller en makkelijker overstag gaan. Verschillende studies leveren ondersteuning voor dit idee (Papies, Stroebe en Aarts 2008a, 2008b; Stroebe, Papies en Aarts 2008). Hoewel deze bevindingen wellicht een somber beeld scheppen voor de lijner, is er gelukkig ook hoop. De negatieve effecten kunnen namelijk deels worden gecompenseerd als na de waarneming van lekkere dingen opnieuw het doel om af te vallen wordt geactiveerd, bijvoorbeeld door het zien van een weegschaal of een slanke mevrouw (Papies, Stroebe en Aarts 2008). Ook hier wordt dus de prioriteit van onbewuste doelen veranderd door het doel om te lijnen weer in het geheugen te brengen, zodat de werking van het eerder (onbewust) geactiveerde doel om lekker te eten weer wordt weggedrukt.

4.4.4 **SAMENVATTEND: MOGELIJKHEDEN OM GEWOONTES TE VERANDEREN**

Gewoontes doorbreken is lastig en vergt precisie. Omdat de fysieke en sociale omgeving doelen en de daaropvolgende uitvoering van gewoontegedrag onbewust sturen, zijn er enkele mogelijkheden om gewoontegedrag te veranderen: (1) door de aandacht voor de keuzecontext waarin het doel speelt te verhogen, kunnen mensen worden gestimuleerd om weer tot een afweging te komen; (2) als mensen eenmaal openstaan voor het maken van afwegingen, kan via voorlichting en educatie worden geprobeerd de intentie tot het gewenste gedrag te vormen of versterken; (3) deze intentie tot nieuw/ander gedrag kan worden ondersteund door de vorming van implementatie-intenties die uiteindelijk het nieuwe gedrag mogelijk maken; en (4) de hele keten van aandacht tot planning kan worden verkort door de prioriteit van onbewuste doelen te veranderen door middel van activeren van concurrerende (wenselijke) doelen die nieuw gedrag inleiden.

In Figuur 4.1 staat deze voorgestelde route van gewoonteverandering nog eens schematisch weergegeven.

Figuur 4.1 Schematische weergave van gewoonteverandering via psychologisch-georiënteerde methoden



De donkergrijze boxen en dikke pijl geven de werking van gewoontes weer (onbewuste activering van doel leidt automatisch tot gewoontegedrag). De lichtgrijze boxen geven het proces aan waarlangs gewoontegedrag kan worden veranderd. De witte boxen beschrijven de wijze waarop het proces van gewoonteverandering kan worden beïnvloed.

4.5 AANKNOPINGSPUNTEN VOOR BELEID

Kan de overheid gewoontes van burgers veranderen? Het antwoord op deze vraag is: ja, mits zij rekening houdt met de kenmerken van gewoontes. De overheid doet al veel, maar de meeste inspanningen lijken zich vooral te richten op economische, infrastructurele/technische en juridische maatregelen. Denk bijvoorbeeld aan het fileprobleem. Door middel van onder meer rekeningrijden, het aanleggen van carpoolwisselstroken en aanbrengen van snelheidsbeperkende zones op snelwegen, tracht zij automobilisten te bewegen tot ander mobiliteitsgedrag. Soms worden deze maatregelen aangevuld met voorlichting en informatieverstrekking. Hoewel er op lokaal niveau incidenteel successen worden geboekt, moeten we helaas toch constateren dat het fileprobleem alleen maar groter wordt. Dit geldt ook voor andere maatschappelijke problemen die voor een aanzienlijk deel worden veroorzaakt door ons eigen gewoontegedrag. Een psychologische benadering van gewoonteverandering en de verschillende aspecten van gewoontegedrag

die in dit hoofdstuk zijn verkend, kunnen derhalve als uitgangspunt dienen om andere maatregelen te ondersteunen.

Helaas bestaat er geen kant-en-klaar recept om gewoontes te veranderen. Zoals eerder vermeld is onderzoek naar effectieve verandering van gewoontes schaars en de beschikbare literatuur suggereert dat gewoonteverandering maatwerk is en vraagt om precisie en juiste timing. Op basis van het voorgaande bespreek ik hier drie algemene aanknopingspunten voor beleid om gewoontes te veranderen via psychologisch georiënteerde methoden.

Gebruik momenten waarop mensen nieuwe afwegingen maken

Maatregelen om gewoontegedrag te veranderen hebben meer kans van slagen als mensen nieuwe mogelijkheden en beperkingen in hun afwegingen meenemen om tot een keuze te komen. Het moment waarop een dergelijk nieuw afwegingproces optreedt, is niet eenvoudig te bepalen. Het zal vaak per situatie en persoon verschillen. Een voor de hand liggende strategie zou zijn om mensen via massa-mediale campagnes aan te spreken op hun verantwoordelijkheid en ze zo bewust te maken van hun gedrag. Dit kan mensen stimuleren om nieuwe afwegingen te maken. Het blijft echter de vraag in hoeverre dit effect heeft op mensen die reeds sterke gewoontes hebben ontwikkeld en die in dezelfde omgeving en situatie op de oude voet automatisch kunnen doorgaan.

Een andere strategie is om gebruik te maken van verandering in situatie, zoals een verhuizing of nieuwe baan. In dergelijke situaties worden gewoontes tijdelijk onderbroken omdat nieuw gedrag noodzakelijk is (een nieuwe route om naar het werk te gaan, nieuwe kantinefaciliteiten om te lunchen). De overheid zou kunnen stimuleren dat mensen op zulke momenten worden aangesproken op hun gewoontes en worden gewezen op mogelijkheden om nieuwe (meer gewenste) gewoontes op te bouwen. Hierbij is het belangrijk om niet alleen de oude gewoonte minder aantrekkelijk te maken, maar ook om de alternatieven aantrekkelijker te maken en voor een langere periode te faciliteren, zodat gedragsbehoud mogelijk is. Er is bijvoorbeeld veel bereikt op het gebied van individueel gedrag dat hergebruik van huishoudelijk afval mogelijk maakt, zoals het deponeren van glas in de glasbak (Geller, Winett en Everett, 1982) en afvalscheiding in kantooromgevingen (Holland et al. 2006). Veelbelovend zijn ook recente proeven om gewoontes in autobedrijf te doorbreken door mensen bij een verhuizing of verandering van baan gratis busvervoer aan te bieden (Futjii en Kitamura 2003).

Stimuleer mensen om nieuw gedrag te plannen

Mensen maken afwegingen wanneer er nog geen gewoonte is of wanneer de gewoonte tijdelijk wordt doorbroken. In beide gevallen is het voor effectieve gedragsverandering noodzakelijk dat mensen intenties vormen ten gunste van het nieuwe gedrag. Als mensen uit gewoonte met de auto naar het werk gaan en we

willen dat ze voortaan de bus of fiets nemen, moeten ze ook voornemens zijn het alternatief te gebruiken. Alleen het veranderen van intenties is echter onvolgende, omdat we onze bewuste voornemens vaak niet uitvoeren als we reeds andere gewoontes hebben gevormd. Mensen zijn er daarom bij gebaat het nieuwe gedrag te verbinden aan een actuele omgeving, zodat er associaties ontstaan tussen het nieuwe gedrag en die omgeving. Wanneer deze associaties eenmaal bestaan kan de omgeving het nieuwe gedrag automatisch oproepen. Eerder hebben we gezien dat het vormen van implementatie-intenties dit proces aanzienlijk kan bevorderen. In een omgeving die het nieuwe gedrag langdurig ondersteunt, kan het zelfs tot nieuwe gewoontes leiden.

Onderzoeken naar de effecten van implementatie-intenties hebben zich tot dusver met name gericht op de werking ervan in redelijk gecontroleerde omstandigheden. In die gevallen waarin veldonderzoek werd gedaan naar de effecten van implementatie-intenties, bleken de resultaten uit het laboratorium redelijk tot goed replicerbaar. In dergelijk onderzoek wordt mensen echter altijd expliciet gevraagd om een plan te maken dat zich richt op het wanneer, waar en hoe het nieuwe gedrag uit te voeren. Mensen hebben echter niet altijd zin of tijd om een dergelijk plan te maken, zeker niet als hun wordt gevraagd dit elke dag voor een aantal nieuwe gedragingen te doen. Daarom is het nuttig om enerzijds (a) keuzes te maken in welke nieuwe gedragingen we mensen willen laten plannen, en anderzijds (b) een planningsrecept te ontwikkelen dat makkelijk en snel doorlopen kan worden op het moment waarop mensen nieuwe afwegingen maken en zich voornemen het nieuwe gedrag te gaan uitvoeren.

Welke nieuwe gedragingen meer gestimuleerd dienen te worden, is afhankelijk van de consensus die er bestaat over de noodzaak en negatieve (maatschappelijke) implicaties die het gedrag heeft. Zo wordt in het beleid rondom gezondheidsbevordering en ziektepreventie vaak gesproken over het beïnvloeden van zogenaamd BRAVO-gedrag: bewegen, roken, alcoholgebruik, voeding en ontspanning. Voor wat betreft de praktische effectiviteit van het maken van implementatie-intenties zou de aandacht zich meer kunnen richten op methoden die mensen makkelijk en herhaaldelijk kunnen aanwenden. Zo zou bijvoorbeeld ICT ingezet kunnen worden, waarbij werknemers via computersoftware korte opdrachten krijgen om nieuwe gedragingen te plannen. Recent onderzoek suggereert dat het snel en makkelijk plannen van één enkel gedrag (nieuwe route i.p.v. de gewoonteroute nemen) via een computeropdracht de kans op het vertonen van dat gedrag aanzienlijk vergroot. Oude gewoontes kunnen daardoor zelfs worden vervangen door nieuwe (Papies, Aarts en De Vries, in druk). Ook zouden in groepsactiviteiten in bijvoorbeeld club- of verenigingsverband mensen gezamenlijk implementatie-intenties kunnen vormen tot nieuw gedrag. Een voordeel van deze laatste strategie is dat heersende groepsnormen het maken van het plan en de effectiviteit ervan kunnen bevorderen (zie ook hoofdstuk 7).

Maak gebruik van onbewuste processen in geval van concurrerende doelen

Veel gewoontegedrag vindt plaats in omgevingen die, zonder dat men zich daarvan bewust is, doelen kunnen activeren die op gespannen voet staan met andere doelen die men graag wil realiseren. Een voorbeeld hiervan hebben we eerder gezien in de strijd tussen het doel om lekker te eten en om te lijnen. Door het zien van vet (ongezond) voedsel wordt het doel om lekker te eten automatisch geactiveerd, waardoor het doel om te lijnen wordt vergeten. Ook zagen we dat het herintroduceren door de omgeving van het doel om te lijnen deze drang tot ongezond eten onbewust weer wegdrukt, zodat er opnieuw aandacht is voor het lijnegedrag. Kortom, onbewuste doelgerichte gewoontes kunnen worden bestreden door activering van concurrerende doelen.

Dit principe zou ingezet kunnen worden als nieuwe interventiestrategie. Door gewenste doelen te activeren wordt ongewenst gewoontegedrag afgeremd. Deze strategie vraagt wel om precisie en goede timing. In sommige gevallen kan zij op grote schaal toegepast worden. Zo zouden in kantineomgevingen en supermarkten expliciete *prompts* mensen eraan kunnen herinneren om te lijnen en gezond te eten. Maar deze aanpak heeft ook beperkingen: we kunnen niet alle omgevingen vol hangen met uitgekiende *prompts* om concurrerende doelen te activeren. Bovendien vraagt dit een afgestemd beleid waarin organisaties bereid moeten zijn hun ruimten aan te passen. Een andere methode kan daarom zijn om de activering van concurrerende doelen in te bedden in de persoonlijke situatie van mensen. Zo zou het verstrekken van koelkastmagneetjes met tekstopschrift (bijvoorbeeld “Ik doe aan de lijn!”) kunnen helpen om bij het openen van de koelkast de verleiding om snacks en andere vette producten te nemen af te remmen. Kortom, een eenvoudige voorziening die mensen zelf in hun omgeving kunnen aanbrengen om doelen als gezond leven of milieuvriendelijk gedrag te activeren, kan een nieuwe en interessante benadering zijn om gewoontes te veranderen.

4.6 CONCLUSIE

In dit hoofdstuk hebben we een verkenning gemaakt van wat gewoontes zijn en hoe ze werken, hoe als aanvulling op structurele, economische en juridische maatregelen gewoontes via psychologische methoden veranderd kunnen worden en welke aanknopingspunten er voor de overheid zijn om hierin een rol te spelen. De eerste conclusie is dat gewoontes moeilijk te veranderen zijn, vanwege het onbewuste en automatische karakter. Het vereist een scala van strategieën die nauw op elkaar afgestemd dienen te zijn. De bijdrage van de psychologie is hierin substantieel, omdat via de route van psychologische afweging, het maken van keuzes en het implementeren van nieuw gedrag effectieve methoden voorhanden zijn om gewoontegedrag om te buigen. De rol van de overheid zal met name liggen in het afstemmen van de verschillende maatregelen en het bevorderen dat de psychologische methode daarvan een cruciaal deel uitmaakt. Alleen dan mogen we

verwachten dat gewoontegedrag niet alleen tijdelijk doorbroken, maar ook blijvend veranderd wordt. Deze afstemming vraagt om geraffineerde analyse en het maken van keuzes. Welk gedrag willen we precies beïnvloeden en op welk moment kan dat het beste gebeuren? Is dat gedrag wel een gewoonte of misschien ook niet? Welke doelen zitten achter dat gedrag en is er sprake van concurrerende doelen? De uitdaging voor de overheid is beter inzicht krijgen in de achtergrond van menselijk gedrag en om alle instanties en partners die betrokken zijn bij beïnvloeding van gewoontes, op het juiste moment bij elkaar te brengen.

Omdat bestaande gewoontes moeilijk te veranderen zijn, zouden we een wijze les kunnen trekken uit het adagium “voorkomen is beter dan genezen”. Dat wil zeggen: het zou voor iedereen beter zijn als mensen geen onwenselijke maar alleen wenselijke gewoontes ontwikkelen. Dit klinkt natuurlijk nogal utopisch. Maar zelfs als zoiets al mogelijk was, biedt het geen garantie dat het nooit meer nodig zal zijn om gewoontes te veranderen. Door nieuwe inzichten in de medische, sociale en natuurwetenschappen zal gewoontegedrag dat op dit moment nog als onschadelijk of zelfs wenselijk wordt beschouwd, later misschien worden gekwalificeerd als onwenselijk. Beter inzicht in hoe gewoontes werken en veranderbaar zijn blijft daarom van groot belang voor het beïnvloeden van gewoontegedrag van burgers, en derhalve ook voor de bestrijding van diverse maatschappelijke problemen.

NOOT

- 1 Het beslisproces waarlangs opties met elkaar worden verleden en mensen tot een keuze komen wordt vaak beschreven als een rationeel en bewust proces. Recente onderzoeken laten echter zien dat veel beslissingen niet volgens dit normatieve model verlopen. Beslissingen worden vaak intuïtief genomen, waarbij het gevoel dat we over opties hebben een doorslaggevende rol vervult (Damasio 1994). Daarnaast is er recentelijk evidentie gevonden dat beslissen op basis van voor- en nadelen van opties minder goed verloopt als je er bewust veel aandacht aan besteedt, en dat het juist beter gaat als je meteen een keuze maakt of er onbewust over door blijft mijmeren (Dijksterhuis en Nordgren 2006). Via welk beslisproces een keuze voor een gedragoptie ook tot stand komt, van belang is dat een optie die herhaaldelijk voor het bereiken van hetzelfde doel effectief blijkt, een gewoonte wordt.

BIBLIOGRAFIE

- Aarts, H., Custers, R. en Holland, R.W. (2007) 'The nonconscious cessation of goal pursuit: When goals and negative affect are coactivated', *Journal of Personality and Social Psychology* 92: 165.
- Aarts, H. en Dijksterhuis, A. (2000) 'Habits as knowledge structures: Automaticity in goal-directed behavior', *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 53-63.
- Aarts, H., Verplanken, B. en Van Knippenberg, A. (1998). 'Predicting behavior from actions in the past: Repeated decision making or a matter of habit?', *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 1356-1375.
- Bargh, J.A., Gollwitzer, P.M., Lee-Chai, A., Barndollar, K. en Trötschel, R. (2001) 'The automated will: Nonconscious activation and pursuit of behavioral goals', *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 1014-1027.
- Beilock, S.L. en Carr, T.H. (2001) 'On the fragility of skilled performance: What governs choking under pressure?', *Journal of Experimental Psychology: General*, 130, 701-725.
- Berridge, K.C. (2007) 'The debate over dopamine's role in reward: The case for incentive salience', *Psychopharmacology*, 191, 391-431.
- Camic, C. (1986) 'The matter of habit', *American Journal of Sociology*, 91, 1039-1087.
- Cialdini, R.B. (2001) *Influence: Science and practice*, Boston: Allyn & Bacon.
- Cooper, R.P. en Shallice, T. (2006) 'Hierarchical schemas and goals in the control of sequential behavior', *Psychological Review*, 113, 887-916.
- Damasio, A.R. (1994) *Descartes' error: Emotion reason, and the human brain*, New York: Putnam.
- Danner, U.N., Aarts, H. en De Vries, N.K. (2008) 'Habit and intention in the prediction of behaviors: The role of frequency, stability and accessibility of past behavior', *British Journal Social of Psychology*, 47, 245-265.
- Darwin, C. (1859). *On the origin of species*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Dickinson, A. en Balleine, B. (1995) 'Motivational control of instrumental action', *Current Directions in Psychological Science*, 4, 162-167.
- Dijksterhuis, A. en Nordgren, L.F. (2006) 'A theory of unconscious thought', *Perspectives on Psychological Science*, 1, 95-109.
- Fearing, F. (1930) *Reflex action: A study in the history of physiological psychology*, Baltimore: Williams & Wilkins.
- Fourneret, P. en Jeannerod, M. (1998) 'Limited conscious monitoring of motor performance in normal subjects', *Neuropsychologia*, 36, 1133-1140.
- Fujii, S. en Kitamura, R. (2003) 'What does a one-month free bus ticket do to habitual drivers? An experimental analysis of habit and attitude change', *Transportation*, 30, pp. 81-95.
- Geller, E.S., Winett, R.A. en Everett, P.B. (1982) *Preserving the environment: New strategies for behavior change*, New York: Pergamon Press.

- Gollwitzer, P.M. en Sheeran, P. (2006) 'Implementation intentions and goal achievement: A meta-analysis of effects and processes', *Advances in Experimental Social Psychology*, 38, 69-120.
- Holland, R., Aarts, H. en Langendam, R. (2006) 'Breaking and creating habits on the working floor: A field-experiment on the power of implementation intentions', *Journal of Experimental Social Psychology*, 42, 776-783.
- Hommel, B. (1998) 'Perceiving one's own action – and what it leads to' in J.S. Jordan (red.), *Systems theories and a priori aspects of perception* (pp. 143-179), Amsterdam: Elsevier Science.
- Kelly, A.M.C. en Garavan, H. (2005) 'Human functional neuroimaging of brain changes associated with practice', *Cerebral Cortex*, 15, 1089-1102.
- Meykamp, R. en Aarts, H. (1997) 'Breaking through habits: Is car sharing an instrument to reduce car use?', Research paper published in *Book of proceedings 25th European Transport Forum*, Brunel University, Uxbridge, London: P.T.R.C.
- Papies, E.K., Aarts, H. en De Vries, N.K. (in druk) 'Planning is for doing: Implementation intentions go beyond the mere creation of goal-directed association', *Journal of Experimental Social Psychology*.
- Papies, E., Stroebe, W. en Aarts, H. (2007) 'Pleasure in the mind: Restrained Eating and The Case of Spontaneous Hedonic Thoughts About Food', *Journal of Experimental Social Psychology*, 43, 810-737.
- Papies, E., Stroebe, W. en Aarts, H. (2008) 'The allure of forbidden food: On the role of attention in self-regulation', *Journal of Experimental Social Psychology*, 44, 1283-292.
- Papies, E.K., Stroebe, W. en Aarts, H. (2008) 'Healthy cognition: Processes of self-regulatory success in restrained eating', *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1290-1300.
- Pashler, H. en Johnston, J. C. (1998) 'Attentional limitations in dual-task performance' in H. Pashler (red.) *Attention* (pp. 155-189), Philadelphia: Taylor & Francis Press.
- Powers, W.T. (1973) 'Feedback: Beyond behaviorism', *Science*, 179, 351-356.
- Shah, J.Y., Friedman, R. en Kruglanski, A. W. (2002). 'Forgetting all else: On the antecedents and consequences of goal shielding', *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1261-1280.
- Sheeran, P., Aarts, H., Custers, R., Webb, T.L., Cooke, R. en Ravis, A.J. (2005) 'The goal-dependent automaticity of drinking habits', *British Journal of Social Psychology*, 44, 47-63.
- Skinner, B.F. (1938) *The behavior of organisms*, New York: Appleton-Century-Crofts.
- Stroebe, W., Papies, E.K. en Aarts, H. (2008) 'From homeostatic to hedonic theories of eating: Self-regulatory failure in food-rich environments', *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 57, 172-193.
- Watson, J.B. (1914) *Behavior: An introduction to comparative behavior*, New York: Holt.
- Webb, T.L. en Sheeran, P. (2006) 'Does changing behavioral intentions engender behavior change? A meta-analysis of the experimental evidence', *Psychological Bulletin*, 132, 249-268.

- Wood, W., Tam, L. en Guerrero Witt, M.G. (2005) 'Changing Circumstances, Disrupting Habits', *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 918-933.
- Zimbardo, P.G., en Leippe, M. (1991) *The psychology of attitude change and social influence* (3rd ed.), New York: McGraw-Hill.

5 RECHTVAARDIGHEID EN ONZEKERHEID¹

Kees van den Bos

Hoe komen burgers tot oordelen over de rechtvaardigheid van de besluiten van de overheid en maatschappelijke instanties? Kennis hierover is van groot belang. Wie het publieke debat in Nederland volgt, kan zich moeilijk aan de indruk onttrekken dat de legitimiteit van het Nederlandse openbaar bestuur onder druk staat. Dat is uiteraard een zeer ernstig probleem, en de vraag is wat daaraan te doen. Daarmee komen we op het terrein van rechtvaardigheid. Een van de belangrijkste factoren die de legitimiteit van instituties bepalen, is namelijk de waargenomen rechtvaardigheid van hun besluiten. Als burgers die besluiten onrechtvaardig vinden, leidt dat tot verlies aan legitimiteit (Tyler en Huo 2002; Tyler 2006). Vergroten van de legitimiteit van de overheid of andere maatschappelijke instanties kan daarom het beste beginnen bij inzicht in de wijze waarop burgers rechtvaardigheidsoordelen vormen. Dit hoofdstuk beoogt dat inzicht te geven.

Dit hoofdstuk vertrekt dus vanuit een ander perspectief dan diverse andere bijdragen in dit boek. Daarin wordt vooral gekeken vanuit het standpunt van de overheid die het gedrag van de burger beschouwt en dat gedrag graag wil beïnvloeden. Zij kiest daarbij regelmatig voor maatregelen die – impliciet of expliciet – uitgaan van de veronderstelling dat burgers worden gedreven door de wens het eigenbelang te maximaliseren. Die veronderstelling blijkt echter lang niet altijd in overeenstemming met de resultaten van empirisch onderzoek (zie ook hoofdstuk 2). In dit hoofdstuk komt dezelfde veronderstelling ter sprake, maar nu bekeken vanuit een ander perspectief, namelijk het standpunt van de burger die kijkt naar het handelen van de overheid en dat beoordeelt op zijn rechtvaardigheid. Hoe wordt dat rechtvaardigheidsoordeel gevormd? Als het waar is dat burgers uitsluitend worden gedreven door de wens het eigenbelang te maximaliseren, zou men verwachten dat zij positiever oordelen over het handelen van de overheid naarmate zij een groter deel van de koek krijgen. Maar redeneren burgers werkelijk zo?

Nee. Opnieuw blijkt er een verschil tussen theorie en empirische realiteit. In dit hoofdstuk poneer ik de stelling dat de houding van burgers ten aanzien van de overheid – of andere maatschappelijke instanties – gewoonlijk sterk wordt bepaald door hun oordeel over de wijze waarop deze hen behandelt en veel minder door de uitkomst die ze krijgen toebedeeld. Dit is geen specifiek westers of cultureel bepaald fenomeen, want de wens om rechtvaardig behandeld te worden blijkt in nagenoeg elke samenleving en elke cultuur een belangrijke rol te spelen (Lind, Tyler en Huo 1997; Van den Bos et al. 2005), zij het dat de precieze vorm van rechtvaardigheid per cultuur verschilt. In sommige culturen hecht men er bijvoorbeeld meer belang aan dat de groep waarvan men deel uitmaakt rechtvaardig wordt

behandeld, terwijl mensen in andere culturen meer gericht zijn op de rechtvaardige behandeling van individuen (Brockner et al. 2005; zie ook Hofstede 2001; Markus en Kitayama 1991; Triandis et al. 1988; Van den Bos, Brockner et al. 2009).

Als burgers het gevoel krijgen dat zij onrechtvaardig worden behandeld, kan dat ernstige repercussies hebben. Zij kunnen hun vertrouwen in belangrijke instituties verliezen (Tyler en Huo 2002) en er kan maatschappelijk protest ontstaan gericht op het geleidelijk of zelfs revolutionair veranderen van de samenleving (Klandermans 1997; Layendecker 1981). Denk bijvoorbeeld aan de verkiezingen in Iran in 2009, die door veel Iraniërs als onrechtvaardig werden gezien en tot massale protesten leidden. Een ander voorbeeld zijn de Rodney King-rellen in Los Angeles in 1992. Daarbij leidde de perceptie dat de politie bepaalde groepen in de samenleving onrechtvaardig bejegent tot heftige onlusten. Ook op minder gewelddadige wijze kan onrechtvaardigheid grote gevolgen hebben, zoals bijvoorbeeld blijkt uit de ervaringen van de Nationale ombudsman. Burgers dienen vooral klachten in tegen de overheid als ze zich onrechtvaardig behandeld voelen. Het gaat dus niet zozeer om de vraag of de uitkomst de klager niet bevalt (moeten zij bijvoorbeeld een boete betalen), maar vooral om de waargenomen onrechtvaardigheid van de behandeling (Van den Bos 2005, 2007a). Dit wordt het 'eerlijk proces-effect' genoemd (*fair process effect*; Van den Bos, Lind et al. 1997).

Rechtvaardigheid is dus een interessant en relevant onderwerp, zeker voor de overheid. In dit hoofdstuk geef ik een overzicht van moderne gedragswetenschappelijke inzichten over waargenomen rechtvaardigheid. Achtereenvolgens besteed ik aandacht aan drie vragen:

- Hoe komen mensen tot het oordeel dat zij rechtvaardig dan wel onrechtvaardig worden behandeld?
- Waarom is rechtvaardigheid eigenlijk belangrijk voor mensen?
- Wat is de relatie tussen rechtvaardigheid en eigenbelang?

Een rode draad in dit hoofdstuk is de grote rol van onzekerheid. Mensen moeten rechtvaardigheidsoordelen vaak vormen in omstandigheden waarin zij eigenlijk niet beschikken over voldoende informatie voor een afgewogen oordeel. Dat heeft belangrijke gevolgen voor de wijze waarop rechtvaardigheidsoordelen tot stand komen. Daarnaast speelt ook persoonlijke onzekerheid een grote rol in het belang dat mensen hechten aan rechtvaardigheid. Voorts is het aannemelijk dat als mensen onzeker zijn over zichzelf of wanneer er sprake is van onduidelijke of onvoldoende informatie, zij eerder zelfzuchtig gedrag (en minder rechtvaardig gedrag) gaan vertonen. Op al deze punten kom ik in de volgende paragrafen uitgebreid terug. Ik begin echter met een definiëring van waargenomen rechtvaardigheid en onzekerheid.

5.1 WAARGENOMEN RECHTVAARDIGHEID EN ONZEKERHEID

Rechtvaardigheid

In het onderzoek naar waargenomen rechtvaardigheid wordt gewoonlijk een onderscheid gemaakt tussen drie typen van rechtvaardigheid (Moorman 1991):

- *distributieve rechtvaardigheid* heeft betrekking op de rechtvaardigheid van de uitkomsten die aan mensen worden toebedeeld of de rechtvaardigheid van de verdeling van uitkomsten over meerdere mensen;
- *procedurele rechtvaardigheid* heeft in psychologisch onderzoek betrekking op de rechtvaardigheid van de manier waarop mensen worden behandeld;
- *interactionele rechtvaardigheid* richt zich op de kwaliteit van de interpersoonlijke interactie die plaatsvindt tussen personen, bijvoorbeeld tussen een burger en een ambtenaar van een overheidsinstantie.²

In het contact tussen overheid en burger heeft distributieve rechtvaardigheid voornamelijk betrekking op de waargenomen rechtvaardigheid en eerlijkheid van de beslissing die een overheidsinstantie over een burger heeft genomen. Procedurele rechtvaardigheid gaat in deze context over de waargenomen rechtvaardigheid en eerlijkheid waarmee de overheidsinstantie bepaalde procedures toepast op een burger, en ook hoe deze instantie heeft gehandeld bij het toepassen van deze procedures.

Dit laatste aspect is een belangrijke schakel in het psychologische proces waarmee burgers procedurele rechtvaardigheid waarnemen – vaak belangrijker dan hoe de formele procedures zijn geregeld (Van den Bos 2005). In de waarneming van burgers betreft procedurele rechtvaardigheid zeker niet alleen de formele regels en procedures die worden gevolgd, maar gaat het er ook, en misschien wel juist, om hoe de overheidsinstantie, en in het bijzonder de vertegenwoordigende ambtenaar van deze instantie, deze procedures toepast in interactie met de burger. Dit laatste, interactionele gedeelte van procedurele rechtvaardigheid overlapt dus enigszins met het interactionele rechtvaardigheidsbegrip (Van den Bos 2005). Daarbij zij aangetekend dat het laatste niet alleen over waargenomen rechtvaardigheid en eerlijkheid gaat, maar ook over met respect en vriendelijk bejegend worden.³

Interessant is de relatie tussen individuele determinanten en groepsdeterminanten van ervaren onrechtvaardigheid (Runciman 1966). Mensen kunnen zich als individu niet onrechtvaardig behandeld voelen, maar wel ervaren dat de groep waarvan zij lid zijn door de samenleving benadeeld wordt. Het lijkt vooral deze combinatie van lage individuele deprivatie en hoge groepsdeprivatie te zijn die aanleiding geeft tot protestgedrag. Dan lijken mensen voornamelijk gedrag te gaan vertonen dat gericht is op veranderen van de waargenomen groepsbenadeling (Crosby 1982). Soms mondt dit zelfs uit in radicaal of extremistisch gedrag (Van

den Bos, Loseman en Doosje 2009). Dit lijkt bijvoorbeeld een rol te hebben gespeeld bij de motieven die Mohammed B. hebben aangezet tot de moord op Theo van Gogh. Mohammed B. had het als individu relatief goed voor elkaar in onze samenleving, maar meende dat de belangrijkste groep waarvan hij lid is (de groep van moslims) in Nederland benadeeld werd. Vooral dit laatste lijkt hem te hebben aangezet tot zijn extremistische gedrag. Ook bij rechtsradicaal gedrag lijkt groepsachterstelling een belangrijke rol te spelen (Linden 2009; Van den Bos, Brockner et al. 2009).

Onzekerheid

Het is belangrijk onderscheid te maken tussen informatieonzekerheid en persoonlijke onzekerheid (Van den Bos en Lind, in druk). Informatieonzekerheid gaat over de vraag of mensen wel of niet beschikken over genoeg informatie om op een gefundeerde wijze beslissingen te nemen. Deze vorm van onzekerheid speelt een belangrijke rol in keuzegedrag (Kahneman et al. 1982). Zo blijkt bijvoorbeeld dat mensen vaak beslissingen nemen terwijl ze minder informatie tot hun beschikking hebben dan wordt gedacht door beleidsmakers, rechters en anderen die – expliciet of impliciet – uitgaan van het idee dat de mens een rationeel handelend wezen is. Burgers maken vaak andere keuzes dan rationeel mag worden verondersteld (zie ook hoofdstuk 2 en 3). Dit is belangrijk, want het geeft aan dat de economische wetenschap en andere op assumpties van rationaliteit gebaseerde disciplines soms tekortschieten in het verklaren en voorspellen van menselijk gedrag. Beleidsmakers zouden expliciet aandacht moeten besteden aan de vraag hoeveel informatie burgers tot hun beschikking hebben.

De tweede vorm van onzekerheid is persoonlijke onzekerheid. Deze vorm van onzekerheid is wellicht nog belangrijker voor het begrijpen van de grote rol die waargenomen rechtvaardigheid speelt (Van den Bos, in druk). Zij wordt echter regelmatig verward met informatieonzekerheid. Persoonlijke onzekerheid gaat niet over de hoeveelheid informatie die mensen tot hun beschikking hebben, maar over de vraag in hoeverre mensen zich onzeker voelen over zichzelf (Sedikides et al., in druk; Van den Bos, 2007a, in druk). Persoonlijke onzekerheid is een vervelende ervaring, vervelender dan niet beschikken over alle informatie die je idealiter zou wensen. Persoonlijke onzekerheid leidt daarom tot meer affectieve en emotionele reacties (*hot cognition*), terwijl je met informatieonzekerheid op een meer verstandelijke manier kan omgaan (*cold cognition*; zie Abelson 1963; Van den Bos 2007b).

Beide vormen van onzekerheid kunnen voortvloeien uit zowel situationele als predispositionele factoren (Van den Bos en Lind, in druk). Een situatie kan immers aanleiding zijn dat mensen zich onzeker over zichzelf voelen (situationele persoonlijke onzekerheid), maar sommige mensen zijn ook ‘van nature’ onzekerder over zichzelf dan anderen (individuele verschillen in predispositie). Idem dito

wat betreft informatieonzekerheid: sommige situaties bevatten meer onzekerheid dan andere, maar sommige mensen zijn ook ‘van nature’ eerder geneigd te menen dat ze niet beschikken over genoeg informatie om een goede beslissing te kunnen nemen dan anderen.

5.2 HOE WORDEN RECHTVAARDIGHEIDSOORDELEN GEVORMD?

Veel mensen geloven dat distributieve rechtvaardigheid hetgeen is dat henzelf en anderen het sterkste drijft, en dat het deze vorm van rechtvaardigheid is die hun reacties het meest beïnvloedt. Anders gezegd: ze denken dat de uitkomst die ze krijgen belangrijker is dan de manier waarop ze zijn behandeld. Deze gedachte is echter onjuist. In werkelijkheid blijken mensen procedurele rechtvaardigheid gewoonlijk belangrijker te vinden dan distributieve rechtvaardigheid (zie Lind en Tyler 1988; Van den Bos, Lind et al. 1997). Uitkomstinformatie doet er minder toe dan bijvoorbeeld door de rationele keuzetheorie wordt verondersteld (Van den Bos, Lind et al. 1997).

Hoe kan dit? Een belangrijke verklaring ligt bij informatieonzekerheid. Wat door beleidsmakers, rechters en anderen nogal eens over het hoofd wordt gezien, is dat het voor burgers vaak moeilijk is om de uitkomst van de overheidsbeslissing op haar merites te beoordelen. Een jurist zal bijvoorbeeld uit jurisprudentie kunnen achterhalen welke beslissing in soortgelijke gevallen is genomen, maar burgers zullen gewoonlijk niet weten welke uitkomst aan vergelijkbare burgers in vergelijkbare gevallen is toebedeeld. Zij beschikken dus over minder informatie dan men idealiter zou moeten hebben om een goed en afgewogen oordeel te vormen. Omdat burgers zich echter wel een oordeel *willen* vormen over hun uitkomst, nemen zij meestal hun toevlucht tot die informatie waarover zij *wél* beschikken. Dat is vaak informatie over de procedures die zijn gevolgd en de wijze waarop ze zijn behandeld tijdens het toepassen van die procedures. Burgers zullen deze procedurele rechtvaardigheidsinformatie nu gebruiken als een vervangingsmiddel in het psychologisch proces waarmee zij distributieve rechtvaardigheidsoordelen vormen (Van den Bos, Lind et al. 1997). Dus als zij menen dat de procedure eerlijk en rechtvaardig is verlopen, zullen zij ook de uitkomst als eerlijker en rechtvaardiger beoordelen. Omgekeerd, als zij de procedure percipiëren als oneerlijk en onrechtvaardig, zullen zij diezelfde uitkomst ook oneerlijker en onrechtvaardiger vinden.

Billijkheidstheorie

Deze theorie over de wijze waarop mensen tot rechtvaardigheidsoordelen komen wijkt af van een rechtvaardigheidstheorie die in de sociale psychologie zeer succesvol is geweest, namelijk de billijkheidstheorie (bijvoorbeeld Adams 1965; Walster, Walster en Berscheid 1978). Volgens deze theorie letten mensen bij de vorming van rechtvaardigheidsoordelen voornamelijk op hoe de bijdragen en

uitkomsten die zijzelf verkrijgen uit een sociale relatie zich verhouden tot de bijdragen en uitkomsten van vergelijkbare andere personen. Het gaat in deze theorie dus om distributieve rechtvaardigheid. Een versie van de billijkheidstheorie die sterk leunt op de rationele keuzetheorie is de theorie van Walster e.a. (1973). Zij stellen dat “individuals will try to maximize their outcomes” (Walster et al. 1973: 151) en dat ‘equity theory (...) rests on the simple, but eminently safe, assumption that man is selfish” (Walster et al. 1978: 7).

De billijkheidstheorie is zo succesvol geweest dat in de jaren zeventig sommige wetenschappers hebben gesteld dat zij bijna altijd geldig is (bijvoorbeeld Berkowitz en Walster 1976). Dat is echter niet terecht. Het probleem is namelijk, zoals ik aan het begin van deze paragraaf poneerde, dat mensen in het dagelijks leven meestal niet beschikken over de informatie die de billijkheidstheorie bekend veronderstelt, te weten volledige informatie over bijdragen en uitkomsten van anderen. Alleen als iemand daarvan volledig op de hoogte is, zullen de voorspellingen van de billijkheidstheorie opgaan. Wanneer iemand daarover niet geïnformeerd is, zal hij – noodgedwongen – zijn oordeel moeten baseren op de waargenomen rechtvaardigheid van de procedure.

Of deze redenering inderdaad klopte, werd uitgezocht door Van den Bos, Lind, Vermunt en Wilke (1997). In een van hun experimenten moest elke proefpersoon een cognitieve taak vervullen, waarna een beloning zou worden verdeeld over de betreffende proefpersoon en een andere ‘collega-proefpersoon’ die tegelijkertijd dezelfde cognitieve taak had vervuld. Een eerste manipulatie was nu dat sommige proefpersonen kregen te horen hoe hoog de beloning was die de andere collega-proefpersoon had ontvangen, maar dat anderen dat niet kregen te horen. Dus sommige proefpersonen beschikten wel over de informatie die de billijkheidstheorie bekend veronderstelt, anderen niet. Een tweede manipulatie was dat sommige proefpersonen wél vooraf hun mening mochten geven over wat een passende verdeling zou zijn van de beloning over beide proefpersonen, maar anderen niet. Dit is een veelgebruikte manipulatie in rechtvaardigheidsonderzoek. Het is bekend dat wie een dergelijke mogelijkheid tot ‘inspraak’ krijgt, eerder geneigd is de uiteindelijke verdeling als rechtvaardig te beoordelen dan wie deze mogelijkheid niet krijgt.

De resultaten leverden bevestiging voor de hypothesen. Als proefpersonen níet wisten welke beloning de vergelijkbare andere proefpersoon had gekregen, beoordeelden zij de hoogte van hun beloning als eerlijker indien zij eerst de mogelijkheid tot inspraak hadden gekregen dan wanneer zij geen inspraak hadden gekregen. Bij de proefpersonen die wél geïnformeerd waren over de beloning van de andere deelnemer, maakte inspraak echter geen verschil. Degenen die wél inspraak hadden gekregen, vonden hun uitkomst net zo eerlijk als de deelnemers die geen inspraak hadden gekregen. Dit onderzoek toont dus aan dat kennis over

wat een vergelijkbare ander in eenzelfde situatie heeft gekregen, invloed heeft op rechtvaardigheidsoordelen. Als men niet weet wat de ander heeft ontvangen, worden die oordelen sterk beïnvloed door procedurele rechtvaardigheidsinformatie. Als men wél weet wat de ander heeft ontvangen, heeft procedurele rechtvaardigheid geen en – zoals de billijkheidstheorie doet verwachten – distributieve rechtvaardigheid wél invloed op rechtvaardigheidsoordelen.

Een praktische situatie waarin dit proces kan optreden is een sollicitatieprocedure. Vaak weten sollicitanten niet precies wat het salaris is van vergelijkbare andere personen die in de organisatie werkzaam zijn. De hierboven samengevatte bevindingen suggereren dat in dergelijke onzekere situaties sollicitanten positiever op een salarisaanbod zullen reageren wanneer zij vinden dat het sollicitatieproces rechtvaardig is verlopen. Weten zij echter *wel* wat het salaris is van vergelijkbare andere personen, dan zal procedurele rechtvaardigheid minder van invloed zijn op hun reacties op het salarisaanbod. Zij zullen hun aanbod dan voornamelijk vergelijken met het salaris van de andere personen.

Concluderend: de hoeveelheid informatie waarover mensen beschikken heeft grote invloed op wat zij als rechtvaardig of onrechtvaardig beschouwen. Wetenschappers kunnen daarom niet volstaan met het poneren van een theorie over hoe het proces van rechtvaardigheidsoordeelsvorming zal verlopen, zonder zorgvuldig na te gaan of wel altijd (of vaak) wordt voldaan aan de voorwaarden waarvan hun theorie uitgaat. Met name is essentieel om te verifiëren of de informatie waarvan een theorie veronderstelt dat die aanwezig is, ook echt aanwezig is, zoals kennis over wat anderen in vergelijkbare gevallen hebben gekregen. Omdat mensen daar gewoonlijk niet over beschikken zal procedurele rechtvaardigheid vaak het distributieve rechtvaardigheidsoordeel van mensen kleuren. Een andere reden daarvoor is dat informatie over welke uitkomst mensen krijgen gewoonlijk later bekend is dan informatie over de procedures die zijn gevolgd en de manier waarop men behandeld is tijdens het volgen van de procedure. In het algemeen beïnvloedt informatie die eerder beschikbaar is sterker de reacties van mensen dan informatie die later beschikbaar is. Ook daarom heeft procedurele rechtvaardigheid veelal een sterkere invloed op rechtvaardigheidsoordelen dan distributieve rechtvaardigheid (Van den Bos, Vermunt en Wilke 1997; zie ook Van den Bos 1999). Dat mensen desondanks vaak geloven dat zij en anderen worden gedreven door uitkomsten en niet door procedures, wordt wel de mythe van eigenbelang (*myth of self-interest*) genoemd (Miller 1999; zie ook hoofdstuk 3). Dat deze mythe in stand blijft, heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat er een norm is in westerse culturen die stelt dat mensen pas echt slim handelen als zij datgene doen wat goed is voor hun eigenbelang. Ik kom later in dit hoofdstuk terug op de relatie tussen rechtvaardigheid en eigenbelang.

Variabelen

Verschillende zaken kunnen de perceptie van procedurele rechtvaardigheid beïnvloeden (zie bijvoorbeeld Leventhal 1980; Lind en Tyler 1988). Belangrijk is onder meer dat mensen zorgvuldig, op een accurate manier geïnformeerd willen worden (accurate informatievoorziening). Ook willen zij op dezelfde manier behandeld worden als zij in het verleden zijn behandeld (consistentie in de tijd) of hoe zij denken dat anderen worden behandeld (consistentie tussen personen). Een heel belangrijk procedureel element is ook of mensen het idee hebben dat zij voldoende hun mening hebben mogen geven over de wijze waarop beslissingen worden genomen (participatie in besluitvorming) en dat aan elke belanghebbende voldoende aandacht is geschonken (representativiteitsregel). In een tijd dat mensen klagen dat de overheid niet luistert, is dit natuurlijk een belangrijke bevinding. Dit wordt wel het principe van *due consideration* genoemd (Tyler 1987); de burger, en zeker de moderne, mondige inwoner van Nederland, wil het idee krijgen dat er oprecht naar zijn mening wordt geluisterd. Mensen kunnen het veelal goed hebben als zij hun zin uiteindelijk niet krijgen, maar dan moeten ze wel het gevoel hebben dat er goed naar hen is geluisterd (Brenninkmeijer 2006). Schijninspraak dient dus zorgvuldig te worden vermeden (Greenberg 1990). Voor uitgebreidere overzichten over wat bepaalt wat mensen procedureel rechtvaardig of onrechtvaardig vinden, verwijs ik naar eerder werk op dit gebied (bijvoorbeeld Brenninkmeijer 2006; Finkel 2001; Leventhal 1980; Lind en Tyler 1988; Moorman 1991; Van den Bos 2005, 2007a; Van den Bos en Lind 2002; Van den Bos, Vermunt en Wilke 1996).

5.3 WAAROM IS RECHTVAARDIGHEID BELANGRIJK VOOR MENSEN?

Rechtvaardige en onrechtvaardige gebeurtenissen kunnen sterke effecten hebben op reacties van mensen, zo blijkt uit vele onderzoeken (zie bijvoorbeeld Adams 1965; Cook 1975; Crosby 1982; Folger en Cropanzano 1998; Lind en Tyler 1988; Stouffer et al. 1949; Tyler et al. 1997; Tyler en Lind 1992). Maar waarom is rechtvaardigheid zo belangrijk voor mensen? Zowel informatieonzekerheid als persoonlijke onzekerheid spelen een belangrijke rol in het antwoord op deze vraag.

Vertrouwen en informatieonzekerheid

Informatieonzekerheid is erg belangrijk voor het begrijpen van een kernvraagstuk waar mensen veel mee worstelen, namelijk de vraag of andere personen of instituties waar zij mee te maken hebben te vertrouwen zijn. Dit is door Lind (1995) aangeduid als het fundamentele sociale dilemma. Kort samengevat houdt dit dilemma in dat mensen zich regelmatig afvragen of zij erop kunnen vertrouwen dat anderen hen niet zullen uitbuiten of zullen uitsluiten van belangrijke relaties en groepen (volgens Tyler en Lind, 1992). Voorts is het zo dat het vertrouwen dat burgers in de overheid stellen te maken heeft met de legitimiteit

van de overheid. Vertrouwen heeft aldus betrekking op een belangrijke bouwsteen van onze samenleving, een fundament waar de samenleving op stoelt. Vertrouwen in anderen en instituties kunnen stellen is dus erg belangrijk voor mensen

Echter, in tegenstelling tot wat de literatuur over vertrouwen (*trust*) en betrouwbaarheid (*trustworthiness*) veronderstelt (Brewer 2008; Damasio 2005; Giffin 1967; Güth, Ockenfels en Wendel 1997; Kramer 2001), ontbreekt het mensen vaak aan informatie of anderen (inclusief de overheid) te vertrouwen en betrouwbare interactiepartners zijn (Van den Bos 2000; Van den Bos, Wilke en Lind 1998). Het is immers moeilijk vast te stellen of iemand anders echt te vertrouwen en oprecht betrouwbaar is. Daarvoor heb je bijvoorbeeld veel ervaringen met de andere partij nodig. Zoveel ervaringen doen we gewoonlijk niet op met anderen, of we willen sneller een indruk hebben of de ander wel te vertrouwen is.

In dergelijke omstandigheden maken mensen gebruik van andere informatie die zij wél tot hun beschikking hebben. Veelal is dat rechtvaardigheidsinformatie. Mensen zijn heel goed in staat om zich op basis van relatief weinig informatie een indruk te vormen of zij op een eerlijke of oneerlijke manier door de andere partij worden behandeld (Lind 1995). Daarvoor is een enkele interactie vaak al voldoende. De aldus opgedane rechtvaardigheidsinformatie gebruiken mensen als een heuristisch vervangingsmiddel voor de ontbrekende vertrouwensinformatie (Van den Bos et al. 1998). Als de ander zich eerlijk gedraagt dan zal die wel te vertrouwen zijn, als de ander zich oneerlijk gedraagt dan is dat zeker niet het geval! Rechtvaardigheid is dus onder meer belangrijk omdat het mensen informatie verschaft over het vertrouwen dat zij in andere personen, de overheid en andere instituties kunnen stellen (Van den Bos, Van Schie en Colenberg 2002).

Een onderzoek dat ondersteuning levert voor dit idee, ging uit van de veronderstelling dat mensen vaak onzeker zijn over hun relatie met leidinggevenden (Van den Bos et al. 1998). Mensen willen graag weten of zij hun leidinggevenden kunnen vertrouwen, maar beschikken veelal niet over de daarvoor noodzakelijke vertrouwensinformatie. Hoe kunnen ze dan toch inschatten of hun leidinggevende te vertrouwen is? Van den Bos e.a. veronderstelden dat in dergelijke situaties mensen gebruikmaken van rechtvaardigheidsinformatie. Immers, als mensen door de leidinggevenden rechtvaardig worden behandeld, hebben zij reden om zich zekerder te voelen en hen te vertrouwen dan wanneer zij niet rechtvaardig worden behandeld. Van den Bos e.a. veronderstelden derhalve dat als mensen niet weten of hun leidinggevende te vertrouwen is, hun reacties sterk zullen worden beïnvloed door de rechtvaardigheid waarmee deze hen behandelt dan wanneer zij wél weten of deze te vertrouwen is.

Om deze hypothesen te toetsen voerden zij enkele experimenten uit. Daarin moest een proefpersoon een bepaalde taak uitvoeren tegelijk met een andere proefpersoon, terwijl een derde proefpersoon werd aangewezen als een 'leidinggevende'. Deze leidinggevende moest na afloop een beloning over de eerste twee proefpersonen verdelen. Een eerste manipulatie was nu dat de informatie over de betrouwbaarheid van de leidinggevende werd gevarieerd. Een deel van de proefpersonen werd verteld dat zij hun leidinggevende konden vertrouwen, een ander deel dat zij hun leidinggevende niet konden vertrouwen en een derde groep werd niets verteld. Een tweede manipulatie was dezelfde manipulatie van procedurele rechtvaardigheid die we reeds eerder hebben gezien, namelijk het wel of niet bieden van inspraak over wat een passende verdeling zou zijn van de beloning over beide proefpersonen. Tot slot werd aan de deelnemers onder meer gevraagd hoe tevreden zij waren met de beloning die zij uiteindelijk kregen van de leidinggevende.

De bevindingen in dit onderzoek bevestigden de hypothese. Hun oordeel over de hoogte van de beloning werd namelijk sterker beïnvloed door de manipulatie van procedurele rechtvaardigheid (inspraak versus geen inspraak) wanneer zij niet wisten of zij hun leidinggevende konden vertrouwen, dan wanneer zij dat wél wisten. Deze resultaten suggereren dat als mensen niet weten of zij hun leidinggevende kunnen vertrouwen, zij gebruikmaken van rechtvaardigheidsinformatie teneinde vast te kunnen stellen of zij niet zullen worden uitgebuit of buitengesloten van sociale relaties. Wanneer mensen echter expliciete informatie tot hun beschikking hebben over de betrouwbaarheid van de leidinggevende, hebben zij geen rechtvaardigheidsinformatie nodig.

Overigens is het nuttig te vermelden dat een studie van Van den Bos et al. (2002) aantoonde dat bovengenoemde effecten niet alleen in experimentele studies kunnen worden gevonden, maar ook in reële situaties die een belangrijke rol spelen in het leven van mensen. Deze auteurs verrichtten een vragenlijstonderzoek waarin ouders werd gevraagd naar hun ervaringen met een organisatie die verantwoordelijk was voor de dagopvang van hun kinderen. Dit onderzoek toonde aan dat wanneer respondenten niet goed wisten of de organisatie te vertrouwen was, hun reacties ten aanzien van de organisatie sterker werden beïnvloed door de waargenomen rechtvaardigheid van de door de organisatie gehanteerde procedures, dan wanneer zij wél wisten dat de organisatie te vertrouwen was.

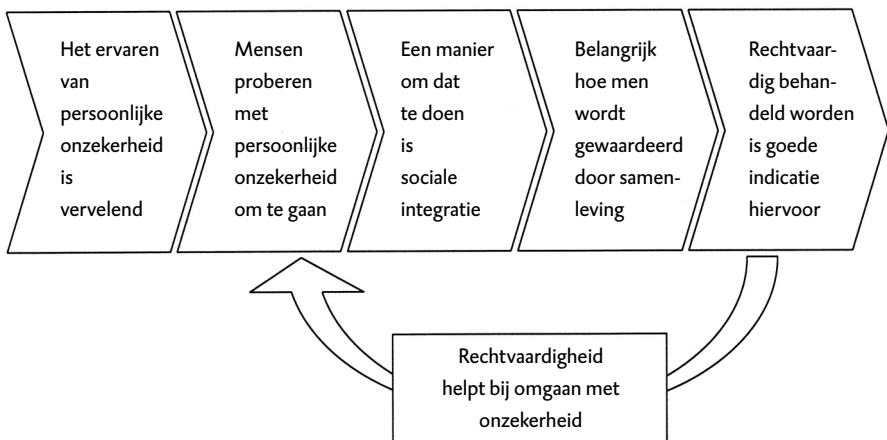
Sociale integratie en persoonlijke onzekerheid

Naast informatieonzekerheid speelt ook persoonlijke onzekerheid een belangrijke rol in het antwoord op de vraag waarom rechtvaardigheid zo belangrijk is voor mensen. Mensen ervaren persoonlijke onzekerheid als vervelend (Hogg 2007), vaak als erg vervelend (Van den Bos en Lind 2002, in druk), en soms zelfs als alar-

merend (“Wat gebeurt hier?”, “Ik moet denk ik oppassen in deze situatie want dit voelt niet goed”; Van den Bos et al. 2008). Overigens zijn er wel stabiele individuele verschillen in de mate waarin mensen persoonlijke onzekerheid emotioneel bedreigend vinden (Greco en Roger 2001; Van den Bos et al. 2007). Bovendien kan het voorkomen dat mensen onzekerheid niet vervelend vinden maar juist als een uitdaging beschouwen (Sorrentino et al. 1988). Dit is echter een uitzondering, en betreft gewoonlijk informatieonzekerheid (Weary en Jacobson 1997; Wilson et al. 2005) en niet persoonlijke onzekerheid (Van den Bos 2001, in druk).

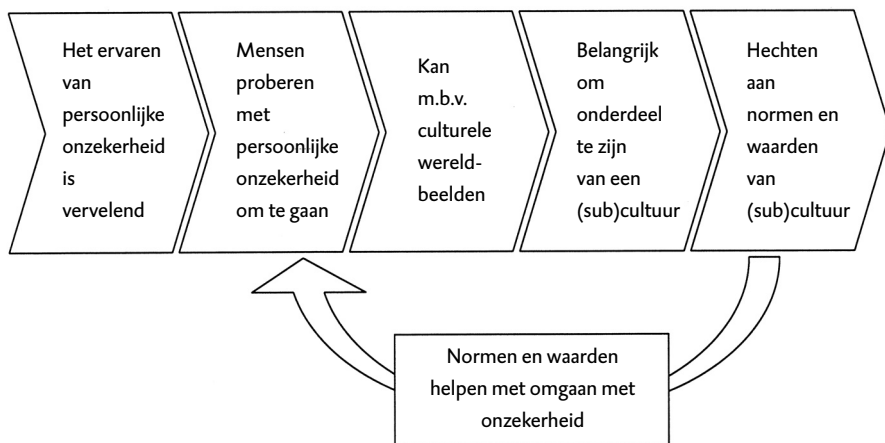
Hoe dan ook, in de regel vinden mensen persoonlijke onzekerheid vervelend en proberen zij om op een of andere wijze hiermee om te gaan. Een manier waarop mensen dat kunnen doen, is door na te gaan in welke mate zij deel uitmaken van hun sociale omgeving en de maatschappij waarin zij leven. Met andere woorden, mensen zullen proberen na te gaan in welke mate zij sociaal geïntegreerd zijn (Hogg et al. 2007). Het is voor hen van belang dat zij door belangrijke anderen of groepen in hun omgeving of samenleving worden geaccepteerd en gerespecteerd. Een sterke indicatie voor dit laatste is een rechtvaardige en eerlijke behandeling door belangrijke personen in de samenleving of door belangrijke individuen in de groep waartoe ze willen behoren (Lind en Van den Bos 2002; zie ook See 2009; Thau, Aquino en Wittek 2007; Thau et al. 2009). Op die manier helpt waargenomen rechtvaardigheid om te gaan met persoonlijke onzekerheden. Onzekerheid kan dan zelfs van een bedreiging in een uitdaging veranderen (Van den Bos en Lind, in druk); bijvoorbeeld omdat het door de rechtvaardige behandeling door mensen wordt geassocieerd met positief affect (vgl. Custers en Aarts 2005). Figuur 5.1 vat het hier geschetste psychologische proces samen.

Figuur 5.1 Omgaan met persoonlijke onzekerheid door gebruik te maken van rechtvaardigheidsoordelen



Figuur 5.2 illustreert een andere, gedeeltelijk aan figuur 5.11 gerelateerde manier waarop mensen met onzekerheid kunnen omgaan. Lidmaatschap van bepaalde groepen of deel uitmaken van een cultuur of subcultuur kan namelijk een goede buffer vormen tegen ervaren onzekerheid (Hogg 2007). Wanneer mensen onzeker over zichzelf zijn, zullen zij het belangrijk vinden deel uit te maken van een (sub)cultuur die voor hen van belang is. In dit soort omstandigheden zullen mensen dus sterk hechten aan de normen en waarden die belangrijk zijn in die (sub)cultuur. Zo helpen normen en waarden om om te gaan met onzekerheid (Van den Bos et al. 2005). Zij stellen de onzekere mens in staat om goed te functioneren in de maatschappij. Dit is dus een van de redenen waarom minister-president Balkenende gelijk heeft in het benadrukken van het belang van normen en waarden voor onze samenleving.

Figuur 5.2 Omgaan met persoonlijke onzekerheid door waarde te hechten aan je (sub)cultuur en de normen die in die (sub)cultuur belangrijk zijn (inclusief de norm van rechtvaardig behandeld willen worden)



5.4 WAT IS DE RELATIE TUSSEN RECHTVAARDIGHEID EN EIGENBELANG?

In de vorige paragrafen werd besproken hoe mensen rechtvaardigheidsoordelen vormen en waarom rechtvaardigheid belangrijk voor hen is. In deze paragraaf ga ik in op de relatie tussen rechtvaardigheid en eigenbelang.

Rawls (1971) ziet de afwezigheid van het najagen van eigenbelang als een voorwaarde voor het inrichten van een rechtvaardige samenleving. Rechtvaardigheid en eigenbelang zijn in zekere zin elkaars tegenpolen. Ook in de sociale dilemma-literatuur wordt hier vaak zo over gedacht. Op basis van deze literatuur lijkt het

aannemelijk om te veronderstellen, dat als mensen onzekerder over zichzelf zijn of wanneer er sprake is van onduidelijke of onvoldoende informatie, zij eerder zelfzuchtig gedrag (en minder rechtvaardig gedrag) zullen vertonen (Budescu et al. 1990). Van Dijk en Zeelenberg bespreken in hoofdstuk 2 hoe mensen met sociale dilemma's omgaan (zie ook Van Beest en Van Dijk 2007; Van Dijk en Tenbrunsel 2005).

Bij een dilemma heeft men per definitie de keus tussen twee onverenigbare opties. Een andere benadering is dat de mens niet zozeer óf rechtvaardig óf zelfzuchtig handelt, maar dat we vaak beide reacties vertonen, waarschijnlijk vrij snel na elkaar. Deze hypothese lag ten grondslag aan onderzoek van Van den Bos et al. (2006) naar 'overbetaling'. Daarvan is sprake als proefpersonen die een bepaalde prestatie hebben geleverd beter worden betaald dan vergelijkbare andere proefpersonen die exact dezelfde prestatie hebben geleverd. Uit eerder onderzoek is bekend dat mensen vaak ontevreden zijn over een dergelijke overbetaling omdat ze die onrechtvaardig vinden (Adams 1965). De vraag is nu hoe dat oordeel precies tot stand komt.

Van den Bos et al. veronderstelden dat er twee tegengestelde reacties in het spel zijn. Wanneer proefpersonen te horen krijgen dat zij meer hebben gekregen dan vergelijkbare anderen, is hun eerste gevoelsmatige en spontane reactie positief ("Hé, dit is lekker!"), maar even later realiseren zij zich op meer verstandelijk niveau dat deze verdeling eigenlijk onrechtvaardig is ("Oeps, dit is niet eerlijk"), waardoor hun oordeel een stuk negatiever wordt. De eerste spontane reactie is dus zelfzuchtig, maar kort daarna volgt een correctie die is ingegeven door overwegingen van rechtvaardigheid. Van den Bos et al. veronderstelden echter dat deze correctie niet altijd en automatisch optreedt. Zij vereist een bepaalde mentale inspanning, en zal daarom alleen optreden als mensen voldoende cognitieve capaciteit beschikbaar hebben en hiertoe voldoende gemotiveerd zijn. (Ze zijn dus bijvoorbeeld niet onzeker over zichzelf en dus niet bezig om te herstellen van deze zelfbedreiging; Loseman et al. 2009). Alleen dan zullen zij bedenken dat de overbetaling eigenlijk onrechtvaardig is en alleen dan zal hun oordeel alsnog negatief uitpakken. Worden zij echter onder hoge cognitieve belasting geplaatst, dan hebben zij te veel 'aan hun hoofd' om zich te realiseren dat de verdeling oneerlijk is. In dat geval zal tevredenheid overheersen over deze onverwacht hoge uitkomst.

Van den Bos et al. (2006) onderzochten deze hypothese in een aantal studies. In een van hun experimenten werd mensen verteld dat ze meededen aan een markt-onderzoek naar chocoladeproducten. Deelnemers kregen tien verschillende soorten chocola te proeven die ze moesten beoordelen op smaak, zoetheid, structuur, enzovoort. De helft van de proefpersonen werd verteld dat ze tot het einde van het onderzoek het eerste merk dat ze voorgeschoteld kregen moesten onthouden. De andere helft van de proefpersonen werd verteld dat ze alle tien merken chocola

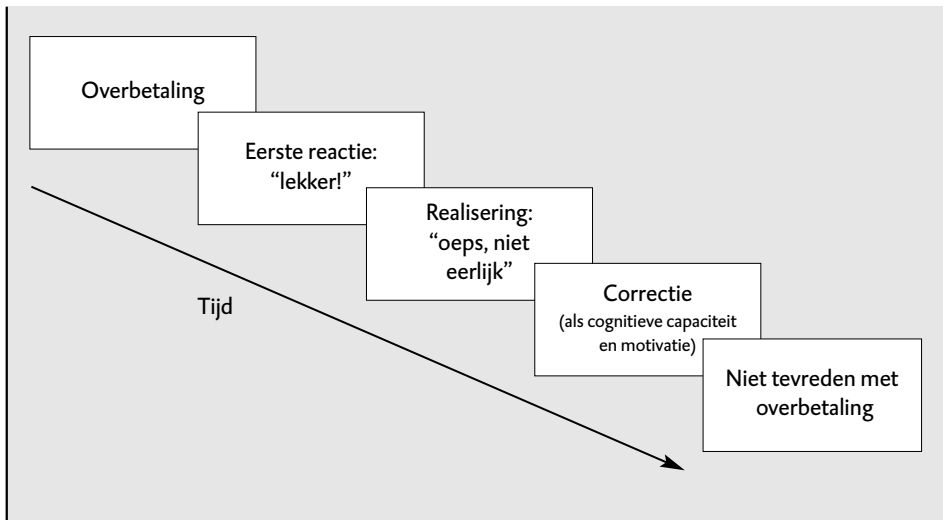
moesten onthouden. Waar de eerste helft van de deelnemers met gemak het eerste merk kon onthouden, had de tweede helft van de deelnemers het moeilijker. Het vergt veel cognitieve capaciteit om alle tien chocolamerken goed te kunnen reproduceren. Na afloop kregen de proefpersonen een beloning waarvan duidelijk was dat deze hoger was dan die voor andere proefpersonen die aan het onderzoek hadden meegedaan. Zoals voorspeld bleek uit de onderzoeksresultaten inderdaad dat mensen positiever waren over hun overbetaling wanneer zij alle tien chocolamerken moesten onthouden dan wanneer zij slechts het eerste merk moesten onthouden. Met andere woorden, als mensen cognitief zwaar belast waren, gaven zij een relatief egocentrische reactie op een beloning die onrechtvaardig maar in hun eigen voordeel was. Personen die daarentegen slechts licht cognitief belast waren gaven aan afkerig te zijn van dergelijke onrechtvaardigheid.

In een ander vergelijkbaar experiment ging het niet om het onthouden van chocolademerken, maar om het onthouden van een reeks symbolen (te vergelijken met het onthouden van een lang telefoonnummer). Ook in deze onderzoeken kregen de proefpersonen te maken met een voor hen voordelige situatie: hoewel zij dezelfde taak hadden verricht en hier even goed op hadden gepresteerd als een (fictieve) andere respondent, maakten zij meer kans op het winnen van een geldbedrag dan de andere respondent. Opnieuw een geval van overbetaling die wel prettig is, maar niet rechtvaardig. In dit onderzoek werd tevens de overbetalingssituatie vergeleken met een situatie van onderbetaling (waarin respondenten juist minder kregen dan een ander die een vergelijkbare prestatie had geleverd) en een situatie van gelijke betaling (waarin respondenten een gelijke beloning krijgen). In deze laatste twee condities is er geen sprake van een onverwacht hoge maar onrechtvaardige uitkomst die door het 'geweten' gecorrigeerd moet worden. De verwachting was daarom dat de cognitieve belastingsmanipulatie niet tot significante verschillen in tevredenheid over de uitkomst zou leiden. De resultaten bleken inderdaad in overeenstemming met deze verwachting. (Van den Bos et al. 2006).

Concluderend, als mensen niet meer goed kunnen nadenken omdat zij te veel andere zaken aan hun hoofd hebben (zoals persoonlijke onzekerheid of een cognitief belastende taak), overheerst waarschijnlijk de eerste reactie die mensen spontaan hebben wanneer zij meer geld dan anderen krijgen. Pas later realiseren mensen zich dat deze verdeling eigenlijk onrechtvaardig is. Figuur 5.3 illustreert het veronderstelde proces.

Met nadruk merk ik hier op dat nader onderzoek naar dit proces nodig en gaande is (zie bijvoorbeeld Strack en Deutsch, 2004). Dat opgemerkt hebbende, is het opvallend dat in onze drukker wordende maatschappij mensen steeds minder tijd hebben (Peters en Van den Bos 2007). Dit zou een van de oorzaken zijn waar-

Figuur 5.3 Reageren op beter betaald worden dan vergelijkbare anderen: spontane egocentrische eerste reactie, eventueel gevolgd door correctieproces



door het gemeenschapsleven in veel westerse maatschappijen steeds meer verdwijnt, dat mensen elkaar steeds minder vertrouwen en dat de maatschappelijke betrokkenheid afneemt (Putnam 2000). Volgens het hier geschetste model kunnen in een dergelijke drukke, hectische samenleving egocentrische tendensen inderdaad overheersen.

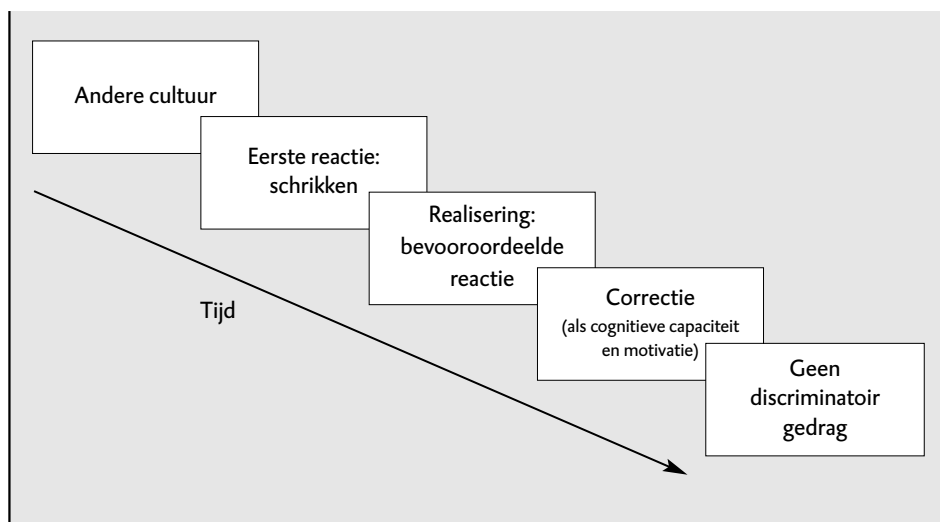
Ook maakt het model duidelijk dat de mens niet zozeer wordt gekenmerkt door óf rechtvaardig handelen óf zelfzuchtig handelen. In meer filosofische opvattingen over rechtvaardigheid en moraliteit worden beide vaak in oppositie geplaatst; de mens zou óf een zelfzuchtig óf een rechtvaardig en moreel wezen zijn (Beauchamp 2001; Kant 1785; zie ook hoofdstuk 12). De moderne sociale psychologie lijkt aan te geven dat we het allebei zijn en dat het antwoord op de vraag of rechtvaardigheid of eigenbelang overheerst afhankelijk is van de cognitieve fase waarin mensen verkeren (zie figuur 5.3).

De eerste indruk

Dit model zou ook belangrijk kunnen zijn voor een beter begrip van de wijze waarop mensen reageren op personen uit andere culturen of zaken die met deze culturen te maken hebben. Recent onderzoek toont aan dat autochtone Nederlanders vaak eerst een schrikreactie (*startle reflex*) vertonen wanneer zij een allochtoon (Marokkaans) gezicht zien (Petrescu et al. 2009). Mensen schrikken of hebben een aversieve reactie op personen die ‘anders’ zijn (“Wat gebeurt hier?”, “Oppassen voor die persoon”). Deze eerste reactie is spontaan en niet goed te controleren. We vertonen deze of we nu willen of niet, zeker wanneer we ons

bedreigd voelen (zoals wanneer we onzeker over onszelf zijn of herinnerd worden aan onze sterfelijkheid; Petrescu et al. 2009). Wél kunnen we voor deze eerste reactie in een later stadium corrigeren, mits we hiertoe voldoende cognitieve vermogens hebben en hiertoe voldoende gemotiveerd zijn. Indien dat laatste het geval is, kan onze initiële bevooroordeelde reactie worden gecorrigeerd, zodat zij niet uitmondt in discriminatoir gedrag. Figuur 5.4 illustreert dit proces.

Figuur 5.4 Reageren op personen of zaken uit een andere cultuur: spontane eerste schrikreactie, eventueel gevolgd door correctieproces



De eerlijkheid gebiedt te zeggen dat niet iedereen zal onderschrijven dat het proces zo verloopt (zie bijvoorbeeld Bargh 1999; zie ook hoofdstuk 4). Deze auteurs zullen veel meer benadrukken dat de reacties van mensen in sterke mate automatisch verlopen en niet goed te controleren zijn (zie ook Dijksterhuis en Bargh 2001). Devine (1989) heeft echter aangetoond dat corrigeren voor eerste bevooroordeelde reacties wel degelijk mogelijk is (zie ook Devine 2001, 2003; Devine, Brodish en Vance 2005; Devine en Monteith 1999; Monteith en Mark 2005; Plant en Devine 2009). Onderzoek van Kawakami en haar collega's toont bovendien aan dat jezelf trainen in het maken van dergelijke correcties helpt, mits de training intensief genoeg is (Kawakami et al. 2000; Kawakami, Dovidio en Van Kamp, 2005; Kawakami et al. 2007).

De reacties van autochtone Nederlanders in de moderne, multiculturele samenleving lijken zich dus niet te kenmerken door óf bevooroordeeld gedrag óf antidiscriminatoir gedrag. Ook hier is het weer: allebei. De eerste spontane reactie is een schrikreactie, maar deze kan worden gevolgd door een correctieproces waarin

rekening wordt gehouden met vooroordelen en de wenselijkheid tot antidiscriminatoire gedrag. Beleid zou hierbij kunnen aansluiten. Het model suggereert bijvoorbeeld dat het onverstandig is om de eerste negatieve reactie te ontkennen of te willen onderdrukken. Het lijkt beter om toe te geven dat we een aversieve of schrikreactie kunnen hebben ten opzichte van personen die ‘anders’ zijn. Beleid kan zich beter niet richten op het onderdrukken van de (niet te onderdrukken) eerste spontane zelfzuchtige reactie, maar eerder op de mogelijkheid om die reactie vervolgens te corrigeren (Devine 1989; Kawakami et al. 2007). Verder onderzoek naar dit model (bijvoorbeeld door gebruik te maken van neurobiologische inzichten, zie ook hoofdstuk 10; zie ook Bobocel et al. 1998) kan ertoe bijdragen dat meer inzicht kan worden verkregen in deze mechanismen, waarmee de overheid vervolgens haar voordeel kan doen.

5.5 CONCLUSIE

Samenvattend kan het volgende worden opgemerkt: moderne gedragswetenschappelijke inzichten over waargenomen rechtvaardigheid weerleggen de assumptie van meer ‘rationele’ mensvisies, dat mensen uitsluitend streven naar maximalisering van de eigen opbrengsten. Gewoonlijk blijkt het mensen vooral te gaan om de rechtvaardigheid van de wijze waarop zij behandeld worden en veel minder om de uitkomsten die zij verkrijgen. Anders gezegd: het gaat ze vooral om procedurele rechtvaardigheid en minder om distributieve rechtvaardigheid. Die conclusie kan men trekken uit het onderzoek naar waargenomen rechtvaardigheid.

Overigens geldt bij deze conclusie wel een voorbehoud: zij geldt alleen als mensen *niet weten* wat voor hun specifieke geval eigenlijk een rechtvaardige uitkomst is. Wanneer zij dat *wél* weten, blijkt hun rechtvaardigheidsoordeel primair afhankelijk van de uitkomst die ze krijgen en spelen procedure en behandeling een minder grote rol. Het punt is alleen dat gewone burgers – anders dan bijvoorbeeld juristen of andere deskundigen – meestal niet beschikken over die informatie. Zij weten vaak niet wat in hun geval eigenlijk een rechtvaardige uitkomst is, en dus moeten zij voor hun rechtvaardigheidsoordeel wel afgaan op de wijze waarop ze zijn behandeld. Veel theorieën over rechtvaardigheid gaan er zonder meer van uit dat mensen beschikken over voldoende informatie om zich een afgewogen oordeel te kunnen vormen over de betrouwbaarheid, legitimiteit en rechtvaardigheid van beslissingen. Ten onrechte, want in de praktijk is dat meestal niet het geval. Meer relevante informatie verschaffen door de overheid en andere betrokken partijen verdient in dat geval grote aandacht.

Rechtvaardigheid is belangrijk voor mensen omdat het ze helpt om te gaan met onzekerheden. Mensen hebben er een grote hekel aan om zich onzeker te voelen en bijvoorbeeld niet te weten of ze een autoriteit wel kunnen vertrouwen, of dat de groep waarbij ze willen horen hen wel accepteert en respecteert. Een rechtvaar-

dige behandeling is dan een geruststellend teken. Als een autoriteit hen rechtvaardig behandelt, is dat een indicatie dat hij te vertrouwen is. Als een belangrijk lid van de groep waarbij iemand wil horen hem rechtvaardig behandelt, is dat indicatie dat hij daadwerkelijk als volwaardig lid meetelt.

Tot slot: is de mens nu een zelfzuchtig wezen dat gericht is op het vermeerderen van de eigen opbrengsten (zoals wordt verondersteld in de meer 'rationele' mensvisies)? Of is de mens een rechtvaardig wezen dat is gericht op het doen van wat juist is (en kunnen die 'rationele' mensvisies dus bij het oud vuil)? Het antwoord is dat hij beide is. De eerste spontane reactie van mensen is vaak zelfzuchtig, maar voldoende cognitieve capaciteit en motivatie kunnen ertoe leiden dat zij hiervoor corrigeren en hun reacties meer laten leiden door dat wat rechtvaardig is. Een dergelijk tweefasenproces verklaart wellicht ook de reacties van mensen in een multiculturele samenleving: eerst schrikken van personen en zaken uit andere culturen, daarna minder bevooroordeeld reageren. Het lijkt verstandig om beleid niet te richten op het onderdrukken van deze (niet te onderdrukken) eerste spontane reactie, maar op de mogelijkheden om deze eerste reactie te corrigeren: probeer cognitieve capaciteit en motivatie bij mensen te verhogen.

NOTEN

- 1 Het werk aan dit hoofdstuk is mogelijk gemaakt door een VICI-beurs, die door de Nederlandse organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO) aan de auteur is toegekend.
- 2 Zie voor meer informatie Colquitt (2001) en Van den Bos (2005). Informatie over hoe deze concepten in een beleidscontext te gebruiken en te meten vindt u in mijn hoofdstuk dat verscheen naar aanleiding van het 25-jarig bestaan van de Nationale ombudsman (Van den Bos, 2007a).
- 3 Eigenlijk zijn de termen distributieve rechtvaardigheid, procedurele rechtvaardigheid en interactionele rechtvaardigheid niet helemaal correct. Dat wil zeggen, distributieve en procedurele rechtvaardigheid omvatten niet alleen maar oordelen over rechtvaardigheid, maar ook over eerlijkheid. Sterker, burgers zullen veelal beter kunnen aangeven of zij een bepaalde procedure of uitkomst eerlijk vinden dan dat zij weten of deze rechtvaardig was (Van den Bos en Lind 2002). Interactionele rechtvaardigheid is een nog breder begrip dat niet alleen oordelen over rechtvaardigheid en eerlijkheid omvat, maar ook oordelen over respect en vriendelijkheid. In die zin wordt soms ook wel gesteld dat onderzoek naar wat burgers eerlijk en rechtvaardig vinden, zich beter kan concentreren op procedurele en distributieve eerlijkheid en rechtvaardigheid, en 'interactionele rechtvaardigheid' wellicht beter buiten beschouwing zou kunnen laten (voor meer informatie hierover, zie Van den Bos 2005). Hierbij aansluitend zal ik in de rest van dit hoofdstuk geen aandacht meer besteden aan interactionele rechtvaardigheid.

BIBLIOGRAFIE

- Abelson, R.P. (1963) 'Computer simulation of 'hot cognitions' in S.S. Tomkins en S. Messick (red.), *Computer simulation and personality: Frontier of psychological theory* (pp. 277-298), New York: Wiley.
- Adams, J.S. (1965) 'Inequity in social exchange' in L. Berkowitz (red.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 2, pp. 267-299), New York: Academic Press.
- Bargh, J.A. (1999) 'The cognitive monster: The case against the controllability of automatic stereotype effects' in S. Chaiken en Y. Trope (red.), *Dual-process theories in social psychology* (pp. 361-382), New York: Guilford.
- Beauchamp, T.L. (2001) *Philosophical ethics: An introduction to moral philosophy* (3e druk), Boston: McGraw-Hill.
- Beest, I. van en Dijk, E. van (2007) 'Self-interest and fairness in coalition formation: A social utility approach to understanding partner selection and payoff allocations in groups' in W. Stroebe en M. Hewstone (red.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 18, pp. 132-174), Hove, UK: Psychology Press.
- Berkowitz, L. en Walster, E. (1976) (red.) *Advances in experimental social psychology, Volume 9: Equity theory--Toward a general theory of social interaction*, New York: Academic Press.
- Bobocel, D.R., Son Hing, L.S., Davey, L.M., Stanley, D.J. en Zanna, M.P. (1998) 'Justice-based opposition to social policies: Is it genuine?', *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 653-669.
- Bos, K. van den (1999) 'What are we talking about when we talk about no-voice procedures? On the psychology of the fair outcome effect', *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 560-577.
- Bos, K. van den (2000) 'Omgaan met onzekerheid: het belang van rechtvaardigheid in organisaties', *Gedrag en Organisatie*, 13, 249-259.
- Bos, K. van den (2001) 'Uncertainty management: the influence of uncertainty salience on reactions to perceived procedural fairness', *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 931-941.
- Bos, K. van den (2005) 'What is responsible for the fair process effect?' in J. Greenberg en J. A. Colquitt (red.), *Handbook of organizational justice: Fundamental questions about fairness in the workplace* (pp. 273-300). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Bos, K. van den (2007a) 'Procedurele rechtvaardigheid: Beleving bij burgers en implicaties voor het openbaar bestuur' in A.F.M. Brenninkmeijer, M. van Dam en Y. van der Vlugt (red.), *Werken aan behoorlijkheid: De Nationale ombudsman in zijn context* (pp. 183-198). Den Haag: Boom Juridische Uitgevers.
- Bos, K. van den (2007b) 'Hot cognition and social justice judgments: The combined influence of cognitive and affective factors on the justice judgment process' in D. de Cremer (red.), *Advances in the psychology of justice and affect* (pp. 59-82), Greenwich, CT: Information Age Publishing.

- Bos, K. van den (in druk) 'Making sense of life: The existential self trying to deal with personal uncertainty', *Psychological Inquiry*.
- Bos, K. van den, Brockner, J., Stein, J.H., Steiner, D.D., Yperen, N.W. van en Dekker, D.M. (2009) *On the psychology of voice and performance capabilities: Competitive achievement, nurturing the less capable, and cross-cultural implications*, Manuscript ter publicatie aangeboden.
- Bos, K. van den, Euwema, M.C., Poortvliet, P.M. en Maas, M. (2007) 'Uncertainty management and social issues: Uncertainty as important determinant of reactions to socially deviating people', *Journal of Applied Social Psychology*, 37, 1726-1756.
- Bos, K. van den, Ham, J., Lind, E.A., Simonis, M., Van Essen, W.J. en Rijpkema, M. (2008) 'Justice and the human alarm system: The impact of exclamation points and flashing lights on the justice judgment process', *Journal of Experimental Social Psychology*, 44, 201-219.
- Bos, K. van den en Lind, E.A. (2002) 'Uncertainty management by means of fairness judgments' in M.P. Zanna (red.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 34, pp. 1-60), San Diego, CA: Academic Press.
- Bos, K. van den en Lind, E.A. (in druk) 'The social psychology of fairness and the regulation of personal uncertainty' in R.M. Arkin, K.C. Oleson en P.J. Carroll (red.), *Handbook of the uncertain self*, New York: Psychology Press.
- Bos, K. van den, Lind, E.A., Vermunt, R. en Wilke, H.A.M. (1997) 'How do I judge my outcome when I do not know the outcome of others? The psychology of the fair process effect', *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 1034-1046.
- Bos, K. van den, Loseman, A. en Doosje, B. (2009) *Waarom jongeren radicaliseren en sympathie krijgen voor terrorisme: Onrechtvaardigheid, onzekerheid en bedreigde groepen*, Den Haag: Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum van het Ministerie van Justitie.
- Bos, K. van den, Peters, S.L., Bobocel, D.R. en Ybema, J.F. (2006) 'On preferences and doing the right thing: Satisfaction with advantageous inequity when cognitive processing is limited', *Journal of Experimental Social Psychology*, 42, 273-289.
- Bos, K. van den, Poortvliet, P.M., Maas, M., Miedema, J. en Van den Ham, E.J. (2005) 'An enquiry concerning the principles of cultural norms and values: The impact of uncertainty and mortality salience on reactions to violations and bolstering of cultural worldviews', *Journal of Experimental Social Psychology*, 41, 91-113.
- Bos, K. van den, Schie, E.C.M. van en Colenberg, S.E. (2002) 'Parents' reactions to child day care organizations: The influence of perceptions of procedures and the role of organizations' trustworthiness', *Social Justice Research*, 15, 53-62.
- Bos, K. van den, Vermunt, R. en Wilke, H.A.M. (1996) 'The consistency rule and the voice effect: The influence of expectations on procedural fairness judgements and performance', *European Journal of Social Psychology*, 26, 411-428.
- Bos, K. van den, Vermunt, R. en Wilke, H.A.M. (1997) 'Procedural and distributive justice: What is fair depends more on what comes first than on what comes next', *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 95-104.

- Bos, K. van den, Wilke, H.A.M. en Lind, E.A. (1998) 'When do we need procedural fairness? The role of trust in authority', *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 1449-1458.
- Brenninkmeijer, A. (2006) *Fair governance: A question of lawfulness and proper conduct*, Van Slingelandt lezing 2006.
- Brewer, M.B. (2008) 'Depersonalized trust and intergroup cooperation' in J.I. Krueger (red.), *Rationality and social responsibility* (pp. 215-232), New York: Psychology Press.
- Brockner, J., De Cremer, D., Bos, K. van den en Chen, Y. (2005) 'The influence of interdependent self-construal on procedural fairness effects', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 96, 155-167.
- Budescu, D.V., Rapoport, A. en Suleiman, R. (1990) 'Resource dilemmas with environmental uncertainty and asymmetric players', *European Journal of Social Psychology*, 20, 475-487.
- Colquitt, J.A. (2001) 'On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure', *Journal of Applied Psychology*, 86, 386-400.
- Cook, K.S. (1975) 'Expectations, evaluations, and equity', *American Sociological Review*, 40, 372-388.
- Crosby, F. (1982) *Relative deprivation and working women*, New York: Oxford University Press.
- Custers, R. en Aarts, H. (2005) 'Positive affect as implicit motivator: On the nonconscious operation of behavioral goals', *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 129-142.
- Damasio, A. (2005) 'Brain trust', *Nature*, 435, 571-572.
- Devine, P.G. (1989) 'Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components', *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5-18.
- Devine, P.G. (2001) 'Implicit prejudice and stereotyping: How automatic are they?' Introduction to the special section, *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 757-759.
- Devine, P.G. (2003) 'Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components' in A.W. Kruglanski en E.T. Higgins (red.), *Social psychology: A general reader* (pp. 97-113), New York: Psychology Press.
- Devine, P.G., Brodich, A. en Vance, S.L. (2005) 'Self-regulatory processes in interracial interactions: The role of internal and external motivation to respond without prejudice' in J.P. Forgas, K.D. Williams en S.M. Laham (red.), *Social motivation: Conscious and unconscious processes* (pp. 249-273), Cambridge: Cambridge University Press.
- Devine, P.G. en Monteith, M.J. (1999) 'Automaticity and control in stereotyping' in S. Chaiken en Y. Trope (red.), *Dual-process theories in social psychology* (pp. 339-360), New York: Guilford.
- Dijk, E. van en Tenbrunsel, A. (2005) 'The battle between self-interest and fairness in bargaining: Evidence from ultimatum, dictator, and delta games' in S.W. Gilliland, D.D. Steiner, D.P. Skarlicki en K. van den Bos (red.), *What motivates fairness in*

- organizations? (pp. 31-48), Greenwich, CT: Information Age Publishing.
- Dijksterhuis, A. en Bargh, J.A. (2001) 'The perception-behavior expressway: Automatic effects of social perception on social behavior' in M.P. Zanna (red.), *Advances of experimental social psychology* (Vol. 33, pp. 1-40), San Diego, CA: Academic Press.
- Finkel, N.J. (2001) *Not fair! The typology of commonsense unfairness*, Washington, DC: American Psychological Association.
- Folger, R. en Cropanzano, R. (1998) *Organizational justice and human resource management*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Giffin, K. (1967) 'The contribution of studies of source credibility to a theory of interpersonal trust in the communication process', *Psychological Bulletin*, 68, 104-120.
- Greco, V. en Roger, D. (2001) 'Coping with uncertainty: The construction and validation of a new measure', *Personality and Individual Differences*, 31, 519-534.
- Greenberg, J. (1990) 'Looking fair vs. being fair: Managing impressions of organizational justice' in L.L. Cummings en B.M. Staw (red.), *Research in organizational behavior* (Vol. 12, pp. 111-157), Greenwich, CT: JAI Press.
- Greenberg, J. (2006) 'Losing sleep over organizational injustice: Attenuating insomniac reactions to underpayment inequity with supervisory training in interactional justice', *Journal of Applied Psychology*, 91, 58-69.
- Güth, W., Ockenfels, P. en Wendel, M. (1997) 'Cooperation based on trust: An experimental investigation', *Journal of Economic Psychology*, 18, 15-43.
- Hofstede, G. (2001) *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (2e druk), Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hogg, M.A. (2007) 'Uncertainty-identity theory' in M.P. Zanna (red.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 39, pp. 70-126), San Diego, CA: Academic Press.
- Hogg, M.A., Sherman, D.K., Dierselhuis, J., Maitner, A.T. en Moffitt, G. (2007) 'Uncertainty, entitativity, and group identification', *Journal of Experimental Social Psychology*, 43, 135-142.
- Kahneman, D., Slovic, P. en Tversky, A. (red.) (1982) *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*, New York: Cambridge University Press.
- Kant, I. (1959) *Foundation of the metaphysics of morals*, Indianapolis, IN: Bobbs-Merrill, (Oorspronkelijk in 1785 gepubliceerd.).
- Kawakami, K., Dovidio, J.F., Moll, J., Hermsen, S. en Russin, A. (2000) 'Just say no (to stereotyping): Effects of training in negation of stereotypic associations on stereotype activation', *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 871-888.
- Kawakami, K., Dovidio, J.F. en Van Kamp, S. (2005) 'Kicking the habit: Effects of nonstereotypic association training and correction processes on hiring decisions', *Journal of Experimental Social Psychology*, 41, 68-75.
- Kawakami, K., Phills, C.E., Steele, J.R. en Dovidio, J.F. (2007) '(Close) distance makes the heart grow fonder: Improving implicit racial attitudes and interracial interactions through approach behaviors', *Journal of Personality and Social Psychology*, 92, 957-971.
- Klandermans, B. (1997) *The social psychology of protest*, Oxford, UK: Blackwell.
- Kramer, R.M. (2001) 'Identity and trust in organizations: One anatomy of a productive but

- problematic relationship' in M.A. Hogg en D.J. Terry (red.), *Social identity processes in organizational contexts* (pp. 167-180), Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Layendecker, L. (1981) *Orde, verandering, ongelijkheid: Een inleiding tot de geschiedenis van de sociologie*, Meppel: Boom.
- Leventhal, G.S. (1980) 'What should be done with equity theory? New approaches to the study of fairness in social relationships' in K.J. Gergen, M.S. Greenberg en R.H. Willis (red.), *Social exchange: Advances in theory and research* (pp. 27-54), New York: Plenum.
- Lind, E.A. (1995) *Social conflict and social justice: Lessons from the social psychology of justice judgments*, Inaugurele rede, Rijksuniversiteit Leiden.
- Lind, E.A. en Bos, K. van den (2002) 'When fairness works: Toward a general theory of uncertainty management' in B.M. Staw en R.M. Kramer (red.), *Research in organizational behavior* (Vol. 24, pp. 181-223), Greenwich, CT: JAI Press.
- Lind, E.A. en Tyler, T.R. (1988) *The social psychology of procedural justice*, New York: Plenum.
- Lind, E.A., Tyler, T.R. en Huo, Y.J. (1997) 'Procedural context and culture: Variation in the antecedents of procedural justice judgments', *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 767-780.
- Linden, A. (2009) *Besmet: Levenslopen en motieven van extreem-rechtse activisten in Nederland*, Academisch proefschrift, Vrije Universiteit Amsterdam.
- Loseman, A., Miedema, J., Bos, K. van den en Vermunt, R. (2009) 'Exploring how people respond to conflicts between self-interest and fairness: The influence of threats to the self on affective reactions to advantageous inequity', *Australian Journal of Psychology*, 61, 13-21.
- Markus, H.R. en Kitayama, S. (1991) 'Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation', *Psychological Review*, 98, 224-253.
- Miller, D.T. (1999) 'The norm of self-interest', *American Psychologist*, 54, 1053-1060.
- Monteith, M.J. en Mark, A.Y. (2005) 'Changing one's prejudiced ways: Awareness, affect, and self-regulation' in W. Stroebe en M. Hewstone (red.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 16, pp. 113-154), Hove, UK: Psychology Press.
- Moorman, R.H. (1991) 'Relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors: Do fairness perceptions influence employee citizenship?', *Journal of Applied Psychology*, 76, 845-855.
- Peters, S.L. en Bos, K. van den (2007) 'We zijn druk, druk, druk: Wat blijft er over van rechtvaardigheid?', *Gedrag en Organisatie*, 20, 382-391.
- Petrescu, D., Klumpers, F., Kenemans, L. en Bos, K. van den (2009) *Death can be surprising: Mortality salience and attentional control influence startle reactions to outgroup and ingroup members*, Presentatie gehouden op de 2009 Linschoten Instituutsdag, Universiteit Utrecht.
- Phelps, E.S. (1970) *Microeconomic foundations of employment and inflation theory*, New York: Norton.
- Pielke, R.A., Jr. (2007) *The honest broker: Making sense of science in policy and politics*, New York: Cambridge University Press.

- Plant, E.A. en Devine, P.G. (2009) 'The active control of prejudice: Unpacking the intentions guiding control efforts', *Journal of Personality and Social Psychology*, 96, 640-652.
- Putnam, R. (2000) *Bowling alone: The collapse and revival of American community*, New York: Simon & Schuster.
- Runciman, W.G. (1966) *Relative deprivation and social justice: A study of attitudes to social inequality in twentieth-century England*, London: Routledge & Kegan Paul.
- Sedikides, C., De Cremer, D., Hart, C.M. en Brebels, L. (in druk) 'Procedural fairness responses in the context of self-uncertainty' in R.M. Arkin, K.C. Oleson en P.J. Carroll (red.), *Handbook of the uncertain self*, New York: Psychology Press.
- See, K.E. (2009) 'Reactions to decisions with uncertain consequences: Reliance on perceived fairness versus predicted outcomes depends on knowledge', *Journal of Personality and Social Psychology*, 96, 104-117.
- Sorrentino, R.M., Bobocel, D.R., Gitta, M.Z., Olson, J.M. en Hewitt, E.C. (1988) 'Uncertainty orientation and persuasion: Individual differences in the effects of personal relevance on social judgments', *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 357-371.
- Stouffer, S.A., Suchman, E.A., DeViney, L.C., Star, S.A. en Williams, R.M. (1949) *The American soldier: Adjustment during Army life* (Vol. 1), Princeton: Princeton University Press.
- Strack, F. en Deutsch, R. (2004) 'Reflective and impulsive determinants of social behavior', *Personality and Social Psychology Review*, 8, 220-247.
- Thau, S., Aquino, K. en Wittek, R. (2007) 'An extension of uncertainty management theory to the self: The relationship between justice, social comparison orientation, and antisocial work behaviors', *Journal of Applied Psychology*, 92, 286-295.
- Thau, S., Bennett, R.J., Mitchell, M.S. en Marrs, M.B. (2009) 'How management style moderates the relationship between abusive supervision and workplace deviance: An uncertainty management theory perspective', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108, 79-92.
- Triandis, H., Bontempo, R., Villareal, M., Asai, M. en Lucca, N. (1988) 'Individualism and collectivism: Cross-cultural perspectives on self-ingroup relationships', *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 323-338.
- Tyler, T.R. (1987) 'Conditions leading to value-expressive effects in judgments of procedural justice: A test of four models', *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 333-344.
- Tyler, T.R. (2006) *Why people obey the law*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Tyler, T.R., Boeckmann, R.J., Smith, H.J. en Huo, Y.J. (1997) *Social justice in a diverse society*, Boulder, CO: Westview.
- Tyler, T.R. en DeGoey, P. (1996) 'Trust in organizational authorities: The influence of motive attributions on willingness to accept decisions' in R. Kramer en T.R. Tyler (red.), *Trust in organizations: Frontiers of theory and research* (pp. 331-356), Thousand Oaks, CA: Sage.

- Tyler, T.R. en Huo, Y.J. (2002) *Trust in the law: Encouraging public cooperation with the police and courts*, New York: Russell Sage Foundation.
- Tyler, T.R. en Lind, E.A. (1992) 'A relational model of authority in groups' in M.P. Zanna (red.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25, pp. 115-191), San Diego, CA: Academic Press.
- Walster, E., Walster, G.W. en Berscheid, E. (1978) *Equity: Theory and research*, Boston: Allyn & Bacon.
- Weary, G. en Jacobson, J.A. (1997) 'Causal uncertainty beliefs and diagnostic information seeking', *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 839-848.
- Wilson, T.D., Centerbar, D.B., Kermer, D.A. en Gilbert, D.T. (2005) 'The pleasures of uncertainty: Prolonging positive moods in ways people do not anticipate', *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 5-21.

6 PSYCHOLOGISCHE VERSCHILLEN IN KEUZEGEDRAG

Krispijn Faddegon

Zijn alle mensen even sterk te beïnvloeden door de omgeving? Denken mensen graag na of zijn ze eerder impulsief? Eisen ze duidelijkheid of kunnen ze goed omgaan met ambiguïteit? Laten ze zich leiden door hoop op winst of door angst voor verlies? Heeft iedereen evenveel controle over zijn eigen gedrag? Kortom, waarin verschillen mensen als het gaat om keuzegedrag?

Deze vraag staat centraal in dit hoofdstuk. Uit de vorige hoofdstukken bleek dat mensen niet altijd kiezen zoals wordt verondersteld in de rationele keuzetheorie. Zij laten zich bijvoorbeeld beïnvloeden door *biases* of de manier waarop keuzes worden *geframed*, of missen de wilskracht om de keuzes te maken die voor hen belangrijk zijn (zie hoofdstuk 2 en hoofdstuk 3). Hoofdstuk 4 liet bovendien zien dat veel keuzegedrag voortkomt uit gewoontes die mensen in de loop van de tijd hebben ontwikkeld. In hoofdstukken 7 en 8 zal ook blijken dat de fysieke en sociale omgeving van invloed zijn op het keuzegedrag van mensen. Deze hoofdstukken beschrijven belangrijke wetenschappelijke bevindingen met betrekking tot keuzegedrag, maar besteden niet veel aandacht aan individuele verschillen tussen mensen in keuzegedrag. Daardoor zou misschien de indruk kunnen ontstaan dat zulke verschillen ook niet bestaan en dat de mechanismen en invloeden die in deze hoofdstukken werden beschreven voor iedereen hetzelfde uitwerken. Dat zou echter geheel ten onrechte zijn.

In dit hoofdstuk staan daarom die individuele verschillen centraal. Het doel is een verdieping te geven aan de besproken mechanismen van de eerdere hoofdstukken door te laten zien welke psychologische verschillen tussen mensen relevant zijn voor keuzegedrag. Nu kent de psychologie een zeer breed scala aan persoonlijkheidskenmerken waarop mensen variëren, en het is onmogelijk en ook onnodig om aan ál deze kenmerken aandacht te besteden. Dit hoofdstuk beperkt zich daarom tot vier persoonlijkheidskenmerken die direct van belang zijn voor keuzegedrag. Nader bepaald: *need for cognition*, *need for closure*, regulatiefocus en zelfcontrole. Bij elk van deze kenmerken wordt een aantal relevante onderzoeken besproken en in de laatste paragraaf van dit hoofdstuk wordt kort ingegaan op de implicaties voor beleid. Een beleidsmaker die zich geen rekenschap geeft van die individuele verschillen, loopt namelijk het risico beleid te ontwerpen dat niet voor iedereen werkt.

Eén opmerking vooraf: in hoeverre individuele verschillen in persoonlijkheidskenmerken ook daadwerkelijk tot uiting komen in keuzegedrag, hangt niet alleen van de persoon in kwestie af, maar ook van de situatie waarin hij zich bevindt.

Gedrag vindt immers altijd *ergens* plaats. Neem ter vergelijking de emotie ‘boosheid’. Dát iemand op een bepaald moment boos wordt, kan te maken hebben met het opvliegende karakter van deze persoon. Toch zijn er situaties te bedenken waarin veel zacht aardige personen ook boos zouden worden en situaties waarin opvliegende mensen juist niet boos zouden worden. Het is dus de *combinatie* van persoonlijkheid en situatie die bepaalt of iemand boos wordt. Hetzelfde geldt voor de persoonlijkheidskenmerken die worden besproken in dit hoofdstuk. Daarom zal bij het bespreken van *need for closure*, regulatiefocus en zelfcontrole zowel op de invloed van persoonlijkheid als op de rol van de situatie worden ingegaan.

6.1 NEED FOR COGNITION

Het keuzegedrag van mensen wordt beïnvloed door verschillen in de manier waarop ze het keuzeproces benaderen. Sommige mensen hebben bijvoorbeeld een sterkere neiging tot nadenken over beslissingen dan anderen. Dit verschil wordt beïnvloed door de *need for cognition* (NC) die mensen ervaren: de mate waarin mensen geneigd zijn om na te denken en het plezierig vinden dat te doen (Cacioppo en Petty 1982). Een persoon met een hoge NC lost in zijn vrije tijd bijvoorbeeld graag puzzels op en heeft bij beslissingen de neiging om alle voors en tegens op een rijtje te zetten, terwijl een ander ter ontspanning liever televisie kijkt en bij beslissingen op eenvoudige vuistregels vertrouwt. NC wordt doorgaans gemeten met de *need for cognition scale* (NCS; zie Box 6.1)

Een belangrijk onderscheid tussen mensen met hoge en lage *need for cognition*, is het type informatie dat zij gebruiken bij het vormen van een oordeel. Mensen met lage NC laten zich bij hun oordeelsvorming in het algemeen leiden door simpele signalen (*cues*) uit de omgeving waaruit ze een eenvoudige beslisregel kunnen afleiden (bijvoorbeeld: “als object A mij een positief gevoel geeft, wil ik het hebben”). Mensen met hoge NC zullen vaker alle beschikbare informatie gebruiken om tot een oordeel te komen. Dit betekent overigens niet dat simpele *cues*, zoals omgevingen die een positief gevoel oproepen, geen invloed hebben bij mensen met een hoge *need for cognition*. Het belangrijkste verschil tussen hoge en lage NC’ers is namelijk niet hoe rationeel of hoe onbevooroordeeld ze zijn, maar betreft de mate waarin ze graag nadenken over complexe zaken en het absorberen van veel informatie en dit ook daadwerkelijk doen (Epstein en Pacini 1999). Hier komen we nog op terug in de paragraaf over *need for cognition* en beslissen. In de onderstaande paragrafen wordt een aantal fenomenen besproken waarmee *need for cognition* in verband is gebracht.

Box 6.1 De need for cognition-schaal

De verkorte versie van de *need for cognition*-schaal bestaat uit achttien stellingen waarvan mensen op schaal van 1 ‘*not at all like you*’ tot en met 6 ‘*very much like you*’ kunnen aangeven in welke mate de stellingen hen karakteriseren. Voorbeelden van stellingen zijn:

- “*I would prefer complex to simple problems.*”
- “*Thinking is not my idea of fun.*” (reverse scored)
- “*I find satisfaction in deliberating hard and long for hours.*”
- “*I like tasks that require little thought once I’ve learned them.*” (reverse scored)
- “*I would prefer a task that is intellectual, difficult, and important, to one that is somewhat important but does not require much thought.*”

Attitudes en overtuiging

Aansluitend bij de bovenstaande typering zijn mensen met hoge NC geneigd om hun oordeel te vormen na grondige bestudering van alle informatie die binnen redelijke tijd beschikbaar is. Hierbij maken zij onderscheid tussen de kwaliteit van de argumenten die deze informatie bevat. Cacioppo et al. (1983) bijvoorbeeld lieten studenten een artikel lezen waarin argumenten werden aangedragen om eindexamens op de universiteit in te stellen. De helft van de studenten las een artikel met sterke argumenten, de andere helft met zwakke argumenten. Uit dit onderzoek bleek dat hoge NC’ers positief reageerden op de kwaliteit van de argumenten: de auteur van het artikel werd meer expertise en geloofwaardigheid toegedicht wanneer er sterke in plaats van zwakke argumenten werden aangevoerd. Bovendien stond deze groep uiteindelijk positiever tegenover de voorgestelde maatregel. De kwaliteit van de argumenten had daarentegen nauwelijks invloed op de attitudes van lage NC’ers. In een vergelijkbaar onderzoek van Chang (2007) bleek dat mensen met hoge *need for cognition* beter onderscheid maken tussen informatie die er echt toe doet en informatie die gerust genegeerd kan worden.

Het blijkt dat voor mensen met lage NC in plaats van de kracht van de argumentatie simpele *cues* als de aantrekkelijke of de geloofwaardige reputatie van de zender (dus niet gebaseerd op kwaliteit van argumenten zoals bij hoge NC’ers) vaak de doorslag geven (Haugtvedt et al. 1992; Priester en Petty 1995). Haugtvedt et al. lieten hoge NC- en lage NC-participanten een advertentie over een schrijfmachine lezen en bepaalden na afloop hun attitude. In het eerste geval bevatte de advertentie de aanprijzingen en foto’s van twee minder aantrekkelijke dames. Dezelfde aanprijzingen waren in de tweede geval van twee zeer aantrekkelijke dames afkomstig. Hoge NC-participanten lieten zich nauwelijks door de aantrekkelijkheid van de boodschappers beïnvloeden, maar lage NC-participanten waren veel positiever over de machine wanneer deze door de aantrekkelijke dames werd aangeprezen.

Betekent de relatief sterke invloed van oppervlakkige bronkenmerken dat lage NC'ers niet te bereiken zijn met een complexe boodschap? Nee, want er zijn wel manieren om mensen met lage NC te motiveren om wat de grondiger de informatie te bestuderen. Het blijkt bijvoorbeeld dat als de boodschap van hoog persoonlijk belang is (zoals in 2009 bij de Mexicaanse griep verwacht mocht worden), lage NC'ers eerder geneigd zijn de beschikbare informatie te bestuderen (Axsom et al. 1987). Ook kan het in een gemakkelijke vorm aanbieden van de informatie deze mensen motiveren om meer hun best te doen (onder anderen Bakker 1999). Bakker onderzocht het effect van verschillende vormen van het aanbieden van de boodschap op kennis en attitudes ten aanzien van hiv/aids- preventie. Deelnemers aan de studie kregen voorlichting over het risico van hiv/aids-besmetting bij onbeschermde seks. De vorm waarin de boodschap werd aangeboden was in het ene geval een geschreven tekst en in het andere geval een cartoon. Na afloop werden de kennis en de attitudes ten aanzien van onveilige seks gemeten. De cartoon bleek het gunstigste effect op de attitudes en kennis van mensen met lage NC te hebben, terwijl de geschreven tekst het effectiefst was bij mensen met hoge NC.

Hierbij is het belangrijk op te merken dat boodschappen die overtuigend zijn voor mensen met lage NC in sommige gevallen een averechts effect hebben op mensen met hoge NC. Zo blijken zwakke argumenten bij hoge NC tot *minder* overtuiging te leiden. Ook boodschappen waarbij het overduidelijk is dat zij gericht zijn op mensen die niet graag nadenken of die expliciet vragen om goed na te denken kunnen de motivatie om informatie te verwerken bij hoge NC'ers ondermijnen (Wheeler et al. 2005; Leone en Ensley 1986).

Need for cognition en beslissen

Mensen met hoge *need for cognition* denken in het algemeen langer na over de aanwezige opties bij het nemen van een beslissing. Levin et al. (2000), lieten participanten via een vergelijkingssite computers selecteren op grond van een aantal relevante kenmerken (zoals prijs, werkgeheugen enzovoort) waarover ze meer informatie konden verzamelen om in de volgende stap een definitieve keuze te kunnen maken. Niet alleen raadpleegden hoge NC-participanten ongeveer twee keer zo veel informatie, ze selecteerden en kozen uiteindelijk ook voor kwalitatief gezien de beste opties.

Dat simpele *cues*, zoals de aantrekkelijkheid van de boodschapper, van invloed zijn op de beslissingen van lage NC'ers moge duidelijk zijn, maar toch kunnen ook hoge NC'ers hier gevoelig voor zijn. Dit werkt alleen wel anders. Zo kregen deelnemers aan een experiment (Petty et al. 1993) een commercial te zien van een pen. Het filmpje kon vrolijk van aard zijn of neutraal. Na afloop bleken zowel mensen met hoge als met lage NC een sterkere voorkeur voor de pen te hebben wanneer ze het vrolijk filmpje hadden gezien. Bij hoge NC'ers kwam dit doordat het filmpje de *gedachten* over de pen positiever kleurde, terwijl mensen met lage NC niet via hun

gedachten maar meer via een affectieve route tot hun positievere oordeel kwamen. Kortom, simpele *cues* kunnen bij zowel lage als hoge NC effectief zijn, maar bij hoge NC is het effect indirecter en *biased* of valideert het bepaalde gedachten (bijvoorbeeld: “de pen schrijft inderdaad lekker, en oogt degelijk”), terwijl bij lage NC’ers de werking directer en meer affectief verloopt (bijvoorbeeld: “de pen geeft met een goed gevoel, dus ik wil hem hebben”). Bovendien zullen, zoals we gezien hebben, hoge NC’ers naast simpele *cues* ook vaker andere informatie gebruiken als zij een beslissing nemen.

Need for cognition en gezondheidsvoorlichting

Verschillen in *need for cognition* zijn ook relevant voor bijvoorbeeld de praktijk van gezondheidsvoorlichting. Op het gebied van preventieve gezondheidszorg blijkt dat hoge NC’ers beter begrip hebben van de gezondheidsgevolgen van hun gedrag. In een recent onderzoek vroeg Hittner (2004) aan studenten wat zij dachten dat de gevolgen zouden zijn van flink drinken. Ook vroeg hij hun hoeveel alcoholische consumpties ze de afgelopen tijd hadden genuttigd. Het verband tussen de verwachtingen die de studenten hadden over de gevolgen van veel drinken en de daadwerkelijke consumptie bleek sterker voor studenten met hoge *need for cognition* dan voor studenten met lage *need for cognition*. Hoge NC-studenten rapporteerden bijvoorbeeld minder drankgebruik als ze van alcoholconsumptie negatieve gevolgen verwachtten. In een vergelijkbaar onderzoek (Ruiter et al. 2004) bleek dat hoewel het lezen van informatie over borstkanker hetzelfde effect had op het angstniveau van hoge en lage (vrouwelijke) NC’ers, alleen mensen met hoge *need for cognition* ook daadwerkelijk hun attitudes en gedrag aanpasten. Zoals we eerder gezien hebben laat het onderzoek van Bakker (1999) wel zien dat gezondheidsgerelateerde attitudes bij mensen met lage NC effectief beïnvloed kunnen worden door de informatie in een gemakkelijke vorm aan te bieden.

Concluderend

Need for cognition bepaalt de mate waarin mensen graag over (complexe) zaken nadenken. Dit heeft gevolgen voor de manier waarop zij zich laten overtuigen. Mensen met lage NC zijn het vatbaarst voor simpele aanwijzingen en eenvoudige beslisregels, zoals de aantrekkelijkheid of de geloofwaardigheid van de bron, terwijl mensen met hoge NC meer geneigd zijn op de kwaliteit van de argumentatie te letten.

6.2 NEED FOR CLOSURE

Mensen verschillen in de mate waarin ze snel een definitief antwoord op een vraag willen. Daarbij verschillen ze in hoe goed ze met de onzekerheid kunnen omgaan die het gevolg is van keuze-uitstel. Zo zal de ene persoon een nieuwe laptop aanschaffen aan de hand van een enkele aanbeveling en niet geneigd zijn informatie in te winnen die het gevormde oordeel weer op losse schroeven kan zetten. Een

ander zou in dezelfde situatie nog even wachten met een eindoordeel en er bij wijze van spreken nog eens rustig de consumentengids op naslaan.

Het persoonlijkheidskenmerk *need for closure* (NFC) kan het best begrepen worden als de mate waarin iemand behoefte heeft aan een definitief antwoord in plaats van onzekerheid, verwarring of ambiguïteit (Kruglanski 1989). Volgens de theorie hangt de behoefte aan *closure*, of juist het vermijden hiervan, af van kosten en baten die met een vroeg oordeel samenhangen. Situationele determinanten die de behoefte aan *closure* verhogen zijn bijvoorbeeld tijdsdruk, geluidsoverlast, verveling, vermoeidheid of dronkenschap. Vroege *closure* kan overigens uiterst functioneel zijn. In het geval van tijdsdruk kan het uitstellen van beslissingen ertoe leiden dat de deadline niet wordt gehaald. Bij vermoeidheid beschik je over minder cognitieve middelen die voor het uitstellen van een oordeel nodig zijn. Als een te snel oordeel verkeerde gevolgen kan hebben (zoals bij een justitiële beslissing of een verdachte het vonnis 'schuldig' moet krijgen), vermindert de *need for closure* en neemt de behoefte om te vroege *closure* te vermijden juist toe. Naast deze situationele factoren blijken ook meer stabiele individuele verschillen te bestaan in de *need for closure* die mensen ervaren. Om deze te meten is door Webster en Kruglanski (1996) de *need for closure-schaal* ontwikkeld (zie Box 6.2).

Opgemerkt moet worden dat hoge *need for closure* en lage *need for cognition* soms tot vergelijkbaar gedrag kunnen leiden. Toch moeten deze persoonlijkheidskenmerken conceptueel onderscheiden worden. Het belangrijkste conceptuele verschil zit in de motivatie waaruit het gedrag voortkomt. Denk bijvoorbeeld aan het openingsvoorbeeld van iemand die een laptop wil aanschaffen. Als iemand met hoge *need for closure* op grond van een enkele aanbeveling een laptop aanschafte, wil deze persoon niet te lang in onzekerheid verkeren, en probeert daarom te voorkomen op een eerder gevormd oordeel terug te hoeven komen. Iemand met lage *need for cognition* zou wellicht ook beslissen op grond van de aanbeveling, maar dit zou komen doordat de persoon geen zin heeft om verder na te denken over alle ingewikkelde details die bij een dergelijke beslissing komen kijken. Het onderscheid is echter niet slechts conceptueel: beide persoonlijkheidskenmerken hebben ook veel verschillende gevolgen voor gedrag, zoals stereotypering bij *need for closure* (zie hieronder) en de gevoeligheid voor de kwaliteit van de argumenten bij *need for cognition*.

Belangrijke kenmerken van hoge NFC zijn de behoefte om snel tot een definitief oordeel te komen en de wens om dit oordeel niet meer te hoeven wijzigen in de toekomst. Dit leidt onder andere tot het verminderd zoeken naar informatie voorafgaand aan oordeelsvorming. Webster et al. bijvoorbeeld vroegen psychologie-studenten om in hun rol als personeelsmanager de geschiktheid van verschillende kandidaten te bepalen. Het bleek dat mensen met hoge NFC op basis van minder sheets met relevante informatie over de kandidaten hun oordeel vormden dan mensen met lage NFC.

Box 6.2**De need for closure-schaal**

De *need for closure*-schaal bestaat uit 47 stellingen waarvan mensen kunnen aangeven op een schaal van 1 ‘*strongly disagree*’ tot en met 6 ‘*strongly agree*’ in hoeverre ze het met de stellingen eens zijn. Voorbeelden van stellingen zijn:

- “*I think that having clear rules and order at work is essential for success.*”
- “*I don’t like situations that are uncertain.*”
- “*After I’ve made up my mind about something, I am always eager to consider a different opinion.*”
(reverse scored)
- “*I enjoy the uncertainty of going into a new situation without knowing what might happen.*”
(reverse scored)
- “*When faced with a problem I usually see the one best solution very quickly.*”
- “*I feel irritated when one person disagrees with what everyone else in a group believes.*”

Een ander gevolg is dat mensen met hoge NFC minder geneigd zijn om verschillende invalshoeken te overwegen voordat ze hun oordeel vellen. Mayseless en Kruglanski (1983) toonden deelnemers foto’s van bekende voorwerpen zoals een kam en een tandenborstel. De foto’s waren genomen vanuit een ongebruikelijke hoek zodat deelnemers de identiteit van de objecten niet zo gemakkelijk konden vaststellen. In overeenstemming met hun verwachting vonden Mayseless en Kruglanski dat de participanten met hoge NFC minder mogelijke antwoorden overwogen en eerder tot een definitief oordeel over de identiteit van de objecten kwamen dan deelnemers met lage NFC. Overigens betekent dit niet dat ze onzekerder zijn over hun oordeel dan mensen met lage NFC. In overeenstemming met de eerder beschreven voorkeur om op een gevormd oordeel niet terug te hoeven komen, blijken zij doorgaans juist zekerder over het oordeel dat ze vellen, ook al is dit minder doorwrocht dan bij mensen met lage NFC (onder anderen Kruglanski, Webster en Klem 1993).

Need for closure en gebruik van cues

Uit onderzoek naar *need for closure* is naar voren gekomen dat hoge NFC het gebruik van vroege aanwijzingen (*cues*) versterkt. Hiermee kan immers aan de wens tegemoet worden gekomen om snel een oordeel ergens over te vormen en dit oordeel vast te houden. Hieronder zullen enkele fenomenen besproken worden waarbij het gebruik van vroege *cues* naar voren komt. Een van de gevolgen van hoge NFC is het versterken van de zogenaamde ankeringsheuristiek: de neiging eerdere getalmatige schattingen als uitgangspunt voor volgende schattingen te gebruiken, ook als het niet aannemelijk is dat de volgende schatting iets met de voorgaande te maken heeft. Kruglanski en Freund (1983) toonden aan dat tijdsdruk (die verondersteld wordt tot hoge NFC te leiden) deze neiging versterkt. Dit effect is wederom een reflectie van de neiging om onder hoge NFC snel een oordeel te vormen, en een eenmaal gevormd oordeel niet meer aan te passen.

Hoge *need for closure* blijkt ook meer stereotypering in de hand te werken (zie onder anderen Dijksterhuis et al. 1996; Kruglanski en Freund 1983). Dijksterhuis et al. lieten deelnemers met hoge of lage NFC beschrijvingen lezen van het gedrag van een groep voetbalhooligans. Sommige van deze beschrijvingen waren consistent, andere inconsistent met de vooroordelen die over voetbalhooligans bestaan. Uit de resultaten kwam naar voren dat mensen met hoge NFC meer waarde hechtten aan de consistente dan aan de inconsistente beschrijvingen, en na het lezen van de beschrijvingen meer stereotypisch over de voetbalsupporters dachten dan mensen met lage NFC.

Need for Closure in sociale context

Need for closure is ook veel in sociale contexten onderzocht. Zo blijken mensen, zoals op basis van de eerder besproken onderzoeken verwacht mag worden, meer naar consensus te streven. Een gedeelde sociale realiteit draagt namelijk bij aan een stabiel wereldbeeld waar mensen met hoge NFC behoefte aan hebben. Het is dus voor mensen met een hoge NFC van belang dat leden van de groep onderling niet te veel van mening verschillen (Festinger 1950). Het onderzoek van Kruglanski et al. (1993) bevestigt dit. In dit onderzoek moesten deelnemers in tweekoppige jury's samenwerken bij het vormen van een oordeel. Hun werd gevraagd in welke mate ze overeenstemming wensten te bereiken en hoe snel ze deze wilden bereiken. Het bleek dat jury's waarvan beide leden hoge NFC hadden sneller tot overeenstemming wilden komen dan lage-NFC-jury's. Vervolgens kregen de jury's analyses van fictieve cases voorgelegd. Interessant genoeg hing de strategie die hoge-NFC-juryleden volgden om tot consensus te komen af van de vanzelfsprekendheid waarmee conclusies te trekken waren op grond van de voorliggende analyses. Als ze op basis van de informatie een helder oordeel konden vormen en ze zich zeker van hun oordeel voelden, probeerden ze hun partner te overtuigen. Was de informatie ambigu en was het moeilijker om een oordeel te vormen, dan lieten ze zich gemakkelijker door hun partner overtuigen om zo toch tot consensus te komen.

NFC beïnvloedt ook groepsoordelen. In het algemeen oordelen mensen positiever over hun eigen groep en negatiever over andere groepen (in de psychologie ook wel bekend als de zogenaamde *ingroup bias*). Dit fenomeen treedt zelfs op wanneer de groepsleden elkaar niet persoonlijk kennen of de groepsindeling arbitrair is (Tajfel 1970). Zoals gezegd zou je kunnen verwachten dat de behoefte aan stabiliteit van mensen met hoge NFC ook samenhangt met de behoefte aan een eenduidige sociale realiteit. Een duidelijk onderscheid tussen leden van de eigen groep en leden van andere groepen kan hieraan bijdragen. In overeenstemming met deze gedachte toonden Shah et al. (1998) aan dat de neiging tot *ingroup bias* wordt versterkt onder hoge NFC. In een van hun experimenten maakten ze deelnemers wijs dat ze met een teamgenoot tegen een ander team in competitie zouden treden aan de hand van een leestaak. Vooraf kregen ze een zelfbeschrijving te lezen van hun eigen teamlid en één geschreven door een van de leden van het andere

team. Deelnemers met hoge NFC (gemanipuleerd door middel van tijdsdruk) vonden hun teamgenoten aardiger en zagen hen meer als gelijken dan deelnemers met lage NFC. Voor het lid van het andere team waren de beoordelingen juist omgekeerd: deelnemers met hoge NFC beoordeelden deze als minder aardig en zagen hen minder als gelijken.

Concluderend

Hoge *need voor closure* hangt samen met een sterke behoefte aan zekerheid en de afwezigheid van verwarring en ambiguïteit. Een belangrijk kenmerk is de behoefte om snel een oordeel te vormen waarop later niet teruggekomen hoeft te worden. *Need for closure* beïnvloedt onder andere het gebruik van vroege aanwijzingen, oordeelsvorming, en diverse sociale effecten, zoals het streven naar consensus in een groep en het positiever afzetten van de eigen groep ten opzichte van andere groepen.

6.3 REGULATIEFOCUS-THEORIE

Volgens de regulatiefocustheorie kunnen mensen ingedeeld worden aan de hand van twee motivationele oriëntaties die invloed hebben op keuzegedrag, namelijk een promotiefocus en een preventiefocus (Higgins 1997). Een promotiefocus kenmerkt zich door een gerichtheid op groei en vooruitgang. Deze komt voort uit iemands ambities en persoonlijke idealen. Mensen met een promotiefocus zien bijvoorbeeld uitkomsten in het leven eerder in termen van wat iets oplevert. Zij waarderen deze uitkomsten met blijdschap bij succes en teleurstelling bij het uitblijven hiervan (Higgins et al. 1997). Vanwege hun gerichtheid op vooruitgang prefereren mensen met een promotiefocus een gretige werkwijze gericht op het binnenhalen van positieve uitkomsten.

Een preventiefocus daarentegen betreft een motivationele gerichtheid op veiligheid. Deze komt voort uit iemands verantwoordelijkheden en plichten. Deze focus leidt tot het waarderen van uitkomsten in termen van verlies. Deze uitkomsten leiden op hun beurt tot opluchting bij succes (verlies is succesvol afgewend) en onrust bij falen. Mensen met een preventiefocus geven de voorkeur aan een behoedzame werkwijze, die het meest garant staat voor het vermijden van fouten die verlies kunnen inluiden.

Een voorbeeld. Stel iemand wil een marathon lopen: in het algemeen zal dit voortkomen uit iemands ambitie om een grote fysieke uitdaging aan te gaan. Als gevolg zal deze persoon het als een grote overwinning en verwezenlijking van ambities zien als de marathon met een goede tijd wordt afgesloten. Blijdschap ervaren bij aankomst en finish is het gevolg. Stel nu echter dat iemand opgroeit in een gezin waarin ieder gezinslid goede marathons loopt. In dat geval is het voorstelbaar dat deze persoon zich verplicht voelt om ook de marathon met een goede tijd af te

sluiten. Als dit lukt, zal dit eerder aanvoelen als het voorkomen van gezichtsverlies en is opluchting de meest dominante emotie. Ook kunnen de strategieën ter voorbereiding verschillen: individuen met een promotiefocus zullen bijvoorbeeld eerder gretig te werk zijn gegaan en misschien aan enkele oefenwedstrijden hebben deelgenomen. Degene met een preventiefocus zal uit behoedzaamheid wellicht de week voor de marathon een lichter trainingsschema hebben opgesteld en de avond voor de wedstrijd op tijd naar bed zijn gegaan. Dit voorbeeld illustreert hoe dezelfde eindsituatie, een goede tijd lopen op de marathon, verschillend beleefd en voorbereid kan worden afhankelijk van iemands regulatiefocus.

Net als *need for closure* is regulatiefocus zowel afhankelijk van iemands persoonlijkheid als van de situatie waarin iemand zich begeeft. Als persoonlijkheidskenmerk kan regulatiefocus onder andere worden vastgesteld met de *Regulatory Focus Questionnaire* (zie Box 6.3). Situationeel kan een promotiefocus opgewekt worden door het mentaal actief maken van iemands idealen of ambities of door de winstmogelijkheid van een situatie te accentueren (Crowe en Higgins 1997; Higgins et al. 1994). Een preventiefocus kan actief worden als iemand aan haar verplichtingen of verantwoordelijkheden wordt herinnerd of in een situatie waarin de verliesmogelijkheid saillant is.

Box 6.3 De *Regulatory Focus Questionnaire*

Er zijn verschillende methoden om de chronische promotie- en preventiefocus van mensen vast te stellen. Een veelgebruikte vragenlijst die hier met een aantal voorbeeld-items geïllustreerd wordt, is de *Regulatory Focus Questionnaire* (Higgins et al., 2001). Deze vragenlijst bestaat uit 7 vragen en 4 stellingen, waarvan 6 betrekking hebben op promotiefocus en 5 op preventiefocus. De items reflecteren de mate waarin mensen trots zijn op in het verleden behaalde promotie- of preventiesuccessen. Participanten wordt gevraagd op een schaal variërend van 1 'never or seldom' tot en met 'very often' aan te geven hoe vaak de stelling of vraag op hen van toepassing is geweest. Voorbeelden van promotie-items zijn:

- "How often have you accomplished things that got you 'psyched' to work even harder?"
- "Do you often do well at different things that you try?"

Voorbeelden van preventie-items zijn:

- "How often did you obey rules and regulations that were established by your parents?"
- "Not being careful enough has gotten me into trouble at times." (reverse scored)

Regulatiefocus en taakgedrag

Omdat mensen met promotie- dan wel preventiefocus andere werkstijlen prefereren, heeft veel onderzoek naar regulatiefocus zich gericht op verschillen in taakgedrag. Bijvoorbeeld Förster et al. (2003), onderzochten het effect van regulatiefocus op de snelheid en de nauwkeurigheid waarmee deelnemers een taak uitvoeren.

Deelnemers werkten aan drie tekenplaten waarbij punten met elkaar verbonden moesten worden om een afbeelding te krijgen. De tijd die ze kregen voor de tekenplaat was echter te kort om de plaat volledig correct af te maken. Het kwam dus op een afweging aan: beknotten op de snelheid zodat de plaat niet af zou komen maar wel zou kloppen of de plaat afmaken, maar met onnauwkeurigheden erin. Zoals verwacht bleken deelnemers met een promotiefocus vooral te kiezen voor het zover mogelijk afmaken van de plaat en namen zij het maken van meer fouten voor lief. Preventiegefocuste deelnemers verkozen vaker de nauwkeurige maar langzame strategie.

Regulatiefocus en verliesaversie

In hoofdstuk 3 hebben Potters en Prast laten zien dat voor veel mensen verlies zwaarder telt dan winst. Ze hebben een zogenaamde verliesaversie. Omdat mensen met een preventiefocus over het algemeen meer op verlies gericht zijn dan mensen met een promotiefocus, is verliesaversie ook onderzocht in de context van regulatiefocus. Hieronder wordt een studie besproken waarin de invloed van regulatiefocus op het aan verliesaversie gerelateerde eigendomseffect werd onderzocht.

Het eigendomseffect (*endowment effect*) behelst het principe dat een voorwerp meer waarde krijgt zodra het eigen bezit is. Mensen zijn daardoor vaak niet bereid om eenmaal in het bezit ervan, het voorwerp te ruilen tegen iets van vergelijkbare waarde. Liberman et al. (1999) onderzochten of regulatiefocus het eigendomseffect beïnvloedt. Deelnemers aan de experimenten kregen een voorwerp (bijvoorbeeld een pen), en hun werd later in het experiment gevraagd of ze bereid waren dit voorwerp voor een ander voorwerp van dezelfde waarde om te ruilen. Zoals verwacht, trad het eigendomseffect op bij mensen met een preventiefocus. Zij zijn immers gericht op het voorkomen van verlies. Bij mensen met een op opbrengsten gerichte promotiefocus verdween het eigendomseffect. Met andere woorden, het optreden van het aan verliesaversie gerelateerde eigendomseffect is medeafhankelijk van iemands regulatiefocus.

Regulatiefocus en keuze en communicatie

Een van de verschillen tussen mensen met een promotie- dan wel preventiefocus is het type uitkomsten waaraan zij de voorkeur geven (Higgins 1997). Positieve uitkomsten dragen bij aan vooruitgang en hebben daarom de voorkeur van mensen met een promotiefocus. Het uitblijven van negatieve uitkomsten geniet de voorkeur van mensen gefocust op preventie, gezien de bijdrage aan zekerheid die het levert. Dit blijkt gevolgen te hebben voor hoe het type communicatie waarmee je deze mensen kunt het beste kunt bereiken (o.a. Higgins 2000). Bijvoorbeeld Kim (2006) onderzocht de invloed van verschillende communicatiestrategieën om middelbare scholieren van het roken af te houden. Hiervoor werd een groep niet-rokende middelbare scholieren een antirookfilm getoond met een boodschap die óf de positieve aspecten van niet roken benadrukte (zoals beter voor je

ademhaling, brein, witte tanden enzovoort) óf de negatieve aspecten van wel roken (bijvoorbeeld kans op longkanker, hersenschade, gele tanden enzovoort) Na de antirookfilm werd hun gevraagd naar hun intenties om in de toekomst te gaan roken. De intentie om niet te gaan roken was zoals verwacht het sterkst als de regulatiefocus en de *framing* van de boodschap op elkaar aansloten: de positieve boodschap leverde het minste rookintenties op bij de promotiegeoriënteerde scholieren, de negatieve *framing* was het effectiefst bij de preventiegeoriënteerde scholieren.

Regulatiefocus en groepsprocessen

Ook regulatiefocus is in groepscontexten onderzocht. Uit dit onderzoek is onder meer gebleken dat niet alleen personen maar ook groepen een regulatiefocus kunnen hebben (Faddegon et al. 2008; Sassenberget et al. 2007) of kunnen ontwikkelen (Faddegon et al. 2009; Levine et al. 2000). Bijvoorbeeld Faddegon et al. (2008) onderzochten of regulatiefocus onderdeel kan zijn van de groepsidentiteit (zie ook hoofdstuk 7). In dit onderzoek werd deelnemers wijsgemaakt dat zij tot de 'holistische groep' behoorden (dit bleek zogenaamd uit een test). Hun werd verteld dat ze namens deze holistische groep individueel aan een beslistaak zouden werken waarvan de resultaten werden vergeleken met de 'detailistische groep'. Voordat de taak begon, kregen deelnemers alvast de top-drie van motto's te zien die zogenaamd door holistische groepsgenoten gekozen waren om het beslisgedrag van holistische denkers te karakteriseren. In de promotiefocusconditie waren deze motto's promotiegeoriënteerd (bijvoorbeeld: 'Waar een wil is, is een weg'), en in de preventieconditie preventiegeoriënteerd (bijvoorbeeld: 'Voorkomen is beter dan genezen'). Zoals verwacht, bleek uit het taakgedrag dat als groepsgenoten promotiemotto's hadden gekozen, deelnemers meer geneigd waren om een gretige strategie te volgen die past bij een promotiefocus. Een meer behoedzame, bij een preventiefocus passende strategie, kreeg de voorkeur wanneer groepsgenoten het eigen gedrag met meer preventiegerichte motto's karakteriseerden. Het blijkt dus dat het lidmaatschap van een groep de regulatiefocus van de groepsleden kan beïnvloeden, zelfs wanneer de andere groepsleden niet fysiek aanwezig zijn.

Concluderend

De regulatiefocustheorie maakt onderscheid tussen twee motivationele oriëntaties: een promotiefocus en een preventiefocus. Mensen met een promotiefocus zijn gericht op vooruitgang en zijn hierdoor vooral gevoelig voor positieve uitkomsten. Preventiefocuste mensen zijn eerder op veiligheid gericht, hetgeen resulteert in een sterkere interesse in het vermijden van negatieve uitkomsten. Verder heeft iemands regulatiefocus onder andere invloed op iemands emoties na succes of mislukking, iemands interpretatie van situaties (als winst of voorkomen verlies), iemands strategisch gedrag, en het type communicatie waarmee iemand het best bereikt kan worden.

6.4 ZELFCONTROLE

Zoals we in hoofdstuk 2 en 3 zagen, hebben veel mensen moeite met het uitvoeren van zelfcontrole (in hoofdstuk 3 werd hierover gesproken als wilskracht). Onder zelfcontrole wordt de mate verstaan waarin iemand in staat is om interne reacties (zoals emoties, wensen en impulsen) om te buigen of te op te heffen, en de capaciteit om voor het individu ongewenste gedragingen en neigingen onder controle te krijgen (Tangney, Baumeister en Boone 2004). Hiermee kan verhoogde zelfcontrole grote consequenties hebben voor de mate waarin een individu in staat is een groot aantal ongewenste gedragingen in toom te houden, zoals diverse verslavingen, onwenselijk sociaal gedrag, uitstelgedrag in werk en studie enzovoort. Recent onderzoek wijst erop dat de mate waarin mensen hiertoe in staat zijn, zowel verschilt van persoon tot persoon, als afhangt van uitputting van de capaciteit tot zelfcontrole. In het eerste deel van deze paragraaf wordt zelfcontrole besproken, gemeten als persoonlijkheidskenmerk. In het tweede deel zal worden ingegaan op de situationele uitputbaarheid van zelfcontrole.

Zelfcontrole als persoonlijkheidskenmerk

Het meten van zelfcontrole als persoonlijkheidskenmerk is van relatief recente datum. De op dit moment meest gebruikte schaal dateert uit 2004 (Tangney et al. 2004). Vanwege het belang van zelfcontrole voor het behalen van persoonlijke doelen en het vertonen van gedrag zoals het individu dit zelf wenst, achten wij het evengoed nuttig een paragraaf te wijden aan enkele onderzoeken die de afgelopen jaren met de *Self Control Scale* (zie Box 6.4) zijn uitgevoerd.

Box 6.4 De Self Control Scale

De zelfcontroleschaal, zoals door Tangney en collega's opgesteld, bevat dertien stellingen waarvan deelnemers op een schaal van 1 'not at all' tot en met 5 'very much' kunnen aangeven in hoeverre ze hen typeren. Voorbeelden van stellingen zijn:

- "I am good at resisting temptation."
- "I refuse things that are bad for me."
- "People would say that I have an iron self-discipline."
- "Pleasure and fun sometimes keep me from getting my work done." (reverse scored)
- "I am always on time."

In hetzelfde artikel waarin Tangney et al. de schaal introduceren, bespreken zij twee groots opgezette onderzoeken die ze uitvoerden. Hierin werd het verband tussen de zelfcontroleschaal en diverse succesvolle pogingen tot zelfcontrole onderzocht. Deze studies, waaraan respectievelijk 351 en 233 studenten deelnamen, koppelden de scores op de zelfcontroleschaal aan onder andere schoolprestatie (gemiddelde cijfer), controle van impulsen bij eten en drinken, zelfwaardering,

en succes in persoonlijke relaties. Uit deze studies kwam naar voren dat zelfcontrole op veel onderdelen van het leven tot meer succes kan leiden. Zo bleek hoge zelfcontrole bij studenten onder andere gepaard te gaan met gemiddeld hogere cijfers op school, minder alcoholmisbruik, minder vluchten in eetbuien, hogere zelfwaardering en zelfacceptatie en meer succes met relaties.

Het hierboven genoemde onderzoek heeft dus overtuigend het potentieel laten zien van de zelfcontroleschaal voor het voorspellen van succes op diverse terreinen. Toch heeft dit onderzoek ook beperkingen. Er werd gebruikgemaakt van vragenlijsten en niet van gedragsmaten. Er kon dus niet worden vastgesteld of mensen met veel capaciteit tot zelfcontrole zich ook daadwerkelijk gedragen zoals zij op de vragenlijsten aangeven. Om aan deze beperking tegemoet te komen, onderzochten Schmeichel en Zell (2007) de invloed van zelfcontrole op het uitvoeren van taken waarvoor dit kenmerk noodzakelijk wordt geacht. In een studie werd aan deelnemers gevraagd zo lang mogelijk niet met hun ogen te knippen. Niet met de ogen knippen is zeer inspannend, omdat homeostatische mechanismen in het lichaam er automatisch voor zorgen dat de ogen vochtig blijven zodat een dominante lichamelijke respons moet worden onderdrukt. Bovendien levert niet knippen met de ogen oogirritatie op. In overeenstemming met de verwachting bleken mensen met hoge persoonlijkheidszelfcontrole dit langer vol te houden dan mensen met lage zelfcontrole. In een tweede experiment werd dit resultaat bevestigd met een test waarbij deelnemers zo lang mogelijk hun hand in een bak met zeer koud water moesten houden. Ook deze taak werd langer volgehouden door mensen met hoge zelfcontrole. Hoge persoonlijkheidszelfcontrole voorspelt dus ook meer zelfcontrole tijdens daadwerkelijk taakgedrag.

Situationeel geïnduceerde ego-depletion

Naast zelfcontrole als persoonlijkheidskenmerk is al langer onderzoek verricht naar de mate waarin mensen in staat zijn tot het uitoefenen van zelfcontrole in het algemeen. Het is duidelijk dat zelfs mensen die veel capaciteit tot zelfcontrole hebben een grens kennen aan de mate waarin ze zelfcontrole kunnen uitoefenen. Onderzoek van vooral Roy Baumeister en zijn onderzoeksgroep (o.a. Baumeister et al. 1994) heeft interessante inzichten opgeleverd wat dit aangaat. Langer werd al verondersteld dat het uitoefenen van zelfcontrole inspanning vereist. Een van de belangrijkste bevindingen van Baumeister is dat het uitoefenen van zelfcontrole niet alleen inspanning vereist maar dat de capaciteit om controle uit te oefenen uitputbaar is. Zij vergelijken de capaciteit tot zelfcontrole met een spier die na inspanning uitgeput kan raken en hersteltijd nodig heeft om weer optimaal te kunnen functioneren. Deze uitputting bij het uitoefenen van zelfcontrole noemen ze *ego-depletion*. Recent onderzoek suggereert zelfs dat de vergelijking van zelfcontrole met een spier meer is dan een metafoor, aangezien de mate waarin iemand *ego-depletion* ervaart, blijkt samen te hangen met het glucoseniveau in het bloed (Galliot et al. 2007).

In een van de eerste studies naar *ego-depletion* lieten Baumeister et al. (1998) deelnemers aan een tafel plaatsnemen waarop een kom met radijsjes en een kom met in de onderzoeksruijnte gebakken *chocolate chip cookies* stonden opgesteld. De helft van de deelnemers mocht alleen van de radijsjes eten, de andere helft alleen van de chocoladekoekjes. In de tijd die deelnemers zogenaamd op het volgende deel van het onderzoek moesten wachten kregen zij alvast puzzels voorgelegd, zogenaamd om het oplossend vermogen van studenten met dat van middelbare scholieren te vergelijken. In werkelijkheid waren de onderzoekers benieuwd hoe lang deelnemers zouden proberen de puzzel op te lossen. De puzzel was namelijk zo geconstrueerd dat deze helemaal niet op te lossen was. Het bleek dat mensen die radijsjes hadden moeten eten – en dus de chocoladekoekjes hadden moeten weerstaan – veel minder lang deze puzzel probeerden op te lossen dan de deelnemers die van de chocoladekoekjes gegeten hadden. De zelfcontrole die nodig was voor het niet eten van de smakelijke koekjes had de capaciteit om zelfcontrole uit te oefenen uitgeput.

Ook het maken van keuzes blijkt zelfcontrole te kunnen uitputten (Vohs et al. 2009). Het daadwerkelijk moeten kiezen is daarbij uitputtender dan alleen het vormen van preferenties voor verschillende opties. In een van studies van Vohs et al. kregen pre-master studenten een lijst met de keuzevakken van hun masterjaar voorgelegd. De studenten werd wijsgemaakt dat de onderzoekers geïnteresseerd waren in het verband tussen keuzes voor mastervakken en non-verbale intelligentie. De ene helft van de studenten werd gevraagd daadwerkelijk keuzes te maken tussen verschillende vakken, de andere helft alleen aan te geven welke vakken ze in overweging zouden nemen. De intelligentietest zou 15 minuten later beginnen, en in de tussentijd mochten de studenten met oefenopgaven zich voorbereiden op de test. Ook kregen zij de optie om in afwachting van de test klaarliggende tijdschriften te lezen of videogames te spelen. De intelligentietest zelf vond nooit plaats. In werkelijkheid waren de onderzoekers namelijk geïnteresseerd in het uitstelgedrag van de studenten. Zoals verwacht bleken de studenten die daadwerkelijk keuzes moesten maken minder tijd aan de oefenopgaven te besteden, en meer tijd aan de videogames en de tijdschriften, dan de studenten die alleen hun overwegingen voor keuzevakken hadden opgeschreven en niet hoefden te kiezen.

Zelfcontrole lijkt, net als een spier, ook tot op zekere hoogte te trainen. Bijvoorbeeld Oaten en Cheng (2004) verrichtten een aantal studies waaruit steeds naar voren kwam dat het uitoefenen van zelfcontrole in een bepaald domein, ook leidt tot meer zelfcontrole in ongerelateerde domeinen. In een studie kregen deelnemers (allen student) van de onderzoekers een individueel studieprogramma aangeboden, dat een beroep deed op zelfcontrole. Niet alleen bleek dit programma succesvol in het verbeteren van de studieresultaten, maar het leidde ook tot verbeteringen op allerlei andere terreinen waarvoor zelfcontrole nodig is: de deelnemers rookten minder, dronken minder alcohol, deden meer aan sport en aten gezonder

na afloop van het studieprogramma. Dit onderzoek suggereert dus dat zelfcontrole net als een spier getraind kan worden waarmee andere activiteiten die zelfcontrole vereisen soepeler verlopen.

Concluderend

Onder zelfcontrole wordt de capaciteit verstaan om interne reacties zo te controleren dat gewenst gedrag optreedt en ongewenst gedrag uitblijft. Uit de onderzoeken naar persoonlijkheidszelfcontrole komt naar voren dat een sterk vermogen tot zelfcontrole een buitengewoon fortuinlijke eigenschap is, die gepaard gaat met meer succes in veel verschillende levensdomeinen.

De mate waarin iemand in staat is om zelfcontrole uit te oefenen blijkt niet alleen afhankelijk van persoonlijkheid, maar ook van de mate waarin de bronnen om zelfcontrole uit te oefenen door eerdere activiteiten zijn uitgeput. In veel opzichten lijkt het vermogen tot zelfcontrole dus op een spier die tijdelijk uitgeput kan raken. Deze uitputting van het vermogen tot zelfcontrole wordt *ego-depletion* genoemd.

6.5 VERSCHILLEN EN BELEID

In dit hoofdstuk is inzichtelijk gemaakt dat mensen verschillen in hun attitude aangaande het keuzeproces. Hoewel iedereen gewoontegedrag vertoont, beïnvloedbaar is door de omgeving en gevoelig voor *biases* en *framing*, kan het keuze-gedrag voor verschillende individuen toch anders uitpakken. Zo hebben we gezien dat hoge *need for cognition* met meer doordachte oordeelsvorming gepaard gaat dan lage *need for cognition*. Ook zagen we dat een hoge *need for closure* maakt dat mensen meer op vroege *cues* vertrouwen, en dat mensen met een promotiefocus (“Wat kan er bereikt worden?”) een andere vorm van *framing* prefereren dan mensen met een preventiefocus (“Wat kan er vermeden worden?”). Daarnaast bleek dat de capaciteit tot zelfcontrole van mensen beperkingen stelt aan de mate waarin mensen hun persoonlijke doelen kunnen verwezenlijken.

Dat individuele verschillen tussen burgers voor de beleidsvorming van groot belang kunnen zijn, lijkt in toenemende mate door beleidsmakers te worden erkend – althans, als we mogen afgaan op de groeiende populariteit in politiek en beleid van zogenaamde burgersegmentaties. In dergelijke segmentaties wordt de bevolking opgedeeld in bijvoorbeeld vier ‘typen’ van burgers die elk hun eigen karakteristieken vertonen, vaak voorzien van een treffende benaming zoals ‘de gemakgeoriënteerden’, ‘de berustende burgers’ of ‘de kosmopolieten’. Deze segmentaties zijn meestal afkomstig uit de wereld van markt- en opinieonderzoek. Er is echter een belangrijk verschil tussen deze segmentaties en het type onderscheid dat in dit hoofdstuk centraal staat, en dat zit hem in de dimensies waarop de onderscheidingen zijn gebaseerd. De segmentaties uit de wereld van markt- en

opinieonderzoek beschrijven meestal algemene verschillen in waarden en leefstijl, terwijl dit hoofdstuk gaat over verschillen die specifiek betrekking hebben op het keuzeproces.

De conclusie is helder: mensen kunnen zeer verschillen in de wijze waarop zij een keuze maken, in hun gevoeligheid voor argumenten of andere beïnvloedende factoren en in de mate waarin zij in staat zijn hun intenties om te zetten in het bijpassende gedrag. De vraag is vervolgens wel in hoeverre dit inzicht ook makkelijk kan worden vertaald in bijvoorbeeld een gedifferentieerde beleidsaanpak. Voor beleidsmakers zou het wellicht prettig zijn als de hier besproken persoonlijkheidsvariabelen sterk samenhangen met sociaaldemografische achtergronden, zodat doelgroepspecifiek beleid en doelgroepspecifieke communicatie mogelijk zijn. Dit blijkt echter maar gedeeltelijk het geval. Net zo min als bij segmentaties in waarden en leefstijl, zijn hier sterk naar sociodemografische achtergrond onderscheiden groepen. Er bestaat bijvoorbeeld wel een matige samenhang tussen *need for cognition* en respectievelijk verbale intelligentie en onderwijsniveau, maar niet met algemene intelligentie, sociaal economische status of sekse (Cacioppo et al. 1996). Daarom is – nog los van de vraag of dat uit oogpunt van gelijke behandeling wel wenselijk zou zijn – een sterk naar burgersegmenten gedifferentieerde beleidsaanpak vaak praktisch niet haalbaar.

Toch is de kennis in dit hoofdstuk wel degelijk relevant voor het ontwerpen van goed beleid. Deze kennis kan de doeltreffendheid van beleid vergroten. Als beleidsmakers rekening houden met verschillende voorkeuren en beperkte capaciteiten van burgers en zij vervolgens generiek beleid maken waarin deze variatie is verdisconteerd (bijvoorbeeld door het zo vorm te geven dat het voor meerdere typen burgers tegelijk zal werken), is de kans op succes groter dan wanneer beleidsmakers deze verschillen veronachtzamen en uitgaan van een soort gemiddelde burger als enig ijkpunt voor beleid. De verschillen in keuzegedrag zijn dus allereerst van belang voor het *denken* over beleid. Als beleidsmakers zich van de relevante verschillen vergewissen, kan dat leiden tot grotere opmerkzaamheid voor potentiële valkuilen. Wie geen oog heeft voor de differentiatie in keuzegedrag, loopt het risico beleid te ontwerpen dat misschien wel goed is toegesneden op de behoeften en kwaliteiten van de ene groep burgers, maar dat bij anderen de plank mislaat.

Bovendien is kennis van deze verschillen van belang voor de communicatie rondom keuzes die mensen kunnen of moeten maken. Ook hier is het niet altijd nodig om precies te weten wat de exacte sociodemografische achtergrond is van verschillende doelgroepen, zolang er maar mee rekening wordt gehouden dat er verschillende ‘typen’ burgers zijn, en het dus verstandig kan zijn deze in de communicatie op verschillende wijze te benaderen. Om bijvoorbeeld zowel mensen met een promotiefocus als mensen met een preventiefocus te bereiken, is

het verstandig zowel te benadrukken welke voordelen een gedragsoptie heeft, als welke nadelen ermee kunnen worden vermeden. Om mensen met hoge *need for closure* over een beslissing te informeren is het belangrijk om precies uit te leggen wat de verschillende opties behelzen, en welke stappen je moet volgen om tot het einddoel te bereiken, terwijl dat voor mensen met lage *need for closure* meestal weinig verschil zal maken. Voor communicatie op verschillende niveaus van *need for cognition*, ligt het iets ingewikkelder. De boodschappen die bij een lage *need for cognition* aansluiten, kunnen immers averechts werken bij een hoge *need for cognition*, en omgekeerd. In dit geval is het raadzaam ervoor te zorgen dat de mensen de boodschappen krijgen aangeboden op een niveau van complexiteit dat bij hen past. Het is aannemelijk dat mensen met hoge *need for cognition* meer gebruikmaken van media die complexe informatie bevatten, terwijl mensen met een lage *need for cognition* deze media juist zullen mijden. In de communicatie rondom keuzes zou men hiermee rekening kunnen houden door in bijvoorbeeld kwaliteitskranten of rondom informatieve televisieprogramma's meer complexe vormen van communicatie te gebruiken dan in bijvoorbeeld de roddelbladen of rondom op vermaak gerichte televisieprogramma's.

Naast de hierboven besproken persoonlijkheidskenmerken waar de communicatie van de boodschap ertoe doet, kan op een andere manier ook rekening gehouden worden met het (beperkte) vermogen van mensen om zelfcontrole uit te oefenen. Hoewel sommige mensen hier beter in zijn dan anderen, kan bij iedereen op een gegeven moment dit vermogen tijdelijk uitgeput raken. Dit stelt dus beperkingen aan wat de overheid op dit gebied van burgers kan verwachten. Er zijn duidelijk grenzen aan het aantal beslissingen dat iemand op een dag aankan. Ook het aantal keren dat iemand zich kan beheersen of verleidingen kan weerstaan, is beperkt. Het zou zinvol zijn om na te gaan in hoeverre de overheid mensen hierbij behulpzaam kan zijn, en of de overheid in sommige gevallen misschien niet te hoge verwachtingen heeft van het vermogen tot zelfcontrole van burgers.

De modelburger die in sommige beleidsgedachten impliciet verondersteld lijkt, is een burger met hoge *need for cognition*, lage *need for closure*, een promotiefocus en een hoge persoonlijkheidszelfcontrole. Het spreekt voor zich dat maar weinig mensen aan dit profiel voldoen. Bovendien, hoge *need for cognition* sluit geen *bias* uit, lage *need for closure* kan desastreuze gevolgen hebben onder tijdsdruk, te veel promotiefocus kan leiden tot het nemen van onverantwoorde risico's en ook de bronnen van mensen met hoge zelfcontrole kunnen uitgeput raken. Hoewel sommige mensen dus meer dan andere voldoen aan het beeld van de rationeel kiezende burger, kan niemand helemaal ontsnappen aan de invloeden die in deze bundel de revue passeren.

BIBLIOGRAFIE

- Axsom, D., Yates, S. en Chaiken, S. (1987) 'Audience response as a heuristic cue in persuasion', *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 30-40.
- Bakker, A.B. (1999) 'Persuasive communication about AIDS prevention: Need for cognition determines the impact of message format', *AIDS Education and Prevention*, 11, 150-162.
- Baumeister, R.F., Heatherton, T.F. en Tice, D.M. (1994) *Losing control: How and why people fail at self-regulation*, San Diego, CA: Academic Press.
- Baumeister, R.F., Bratslavsky, E., Muraven, M. en Tice, D.M. (1998) 'Ego depletion: Is the active self a limited resource?', *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1252-1265.
- Cacioppo, J.T. en Petty, R.E. (1982) 'The need for cognition', *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 116-131.
- Cacioppo, J.T., Petty, R.E. en Morris, K.J. (1983) 'Effects of need for cognition on message evaluation, recall, and persuasion', *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 805-818.
- Cacioppo, J.T., Petty, R.E., Feinstein, J.A. en Jarvis, W.B.G. (1996) 'Dispositional differences in cognitive motivation: The life and times of individuals varying in need for cognition', *Psychological Bulletin*, 119, 197-253.
- Chang, C. (2007) 'Diagnostic advertising content and individual differences', *Journal of Advertising*, 36, 75-84.
- Crowe, E. en Higgins, E.T. (1997) 'Regulatory focus and strategic inclinations: Promotion and prevention in decision-making', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 69, 117-132.
- Dijksterhuis, A., Van Knippenberg, A., Kruglanski, A.W. en Schaper, C. (1996) 'Motivated social cognition: Need for closure effects on memory and judgments', *Journal of Experimental Social Psychology*, 32, 254-270.
- Epstein, S. en Pacini, R. (1999) 'Some basic issues regarding dual-process theories from the perspective of cognitive-experiential self-theory', in Chaiken, S., Trope, Y. (Red.), *Dual-Process Theories in Social Psychology*, The Guilford Press, New York, pp. 462-482.
- Faddegon, K., Ellemers, N. en Scheepers, D. (2009) 'Eager to be the Best, or Vigilant not to be the Worst: The Emergence of Regulatory Focus in Disjunctive and Conjunctive Group Tasks', *Group Processes & Intergroup Relations*, 12, 653-671.
- Faddegon, K., Scheepers, D. en Ellemers, N. (2008) 'If We Have the Will, There Will be a Way: Regulatory Focus as a Group Identity', *European Journal of Social Psychology*, 38, 880-895.
- Festinger, L. (1950) 'Informal social communication', *Psychological Review*, 57, 271-282.
- Förster, J., Higgins, E.T. en Taylor Bianco, A. (2003) 'Speed/accuracy in performance: Tradeoff in decision making or separate strategic concerns?', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 90, 148-164.

- Gailliot, M.T. en Baumeister, R.F. (2007) 'The physiology of willpower: Linking blood glucose to self-control', *Personality and Social Psychology Review*, 11, 303-327.
- Haugtvedt, C.P., Petty, R.E. en Cacioppo, J.T. (1992) 'Need for cognition and advertising: Understanding the role of personality variables in consumer behavior', *Journal of Consumer Psychology*, 1, 239-260.
- Higgins, E.T. (1997) 'Beyond pleasure and pain', *American Psychologist*, 52, 1280-1300.
- Higgins, E.T. (2000) 'Making a good decision: Value from fit', *American Psychologist*, 55, 1217-1230.
- Higgins, E.T., Friedman, R.S., Harlow, R.E., Idson, L.C., Ayduk, O.N. en Taylor, A., (2001) 'Achievement orientations from subjective histories of success: Promotion pride versus prevention pride', *European Journal of Social Psychology*, 31, 3-23.
- Higgins, E.T., Roney, C.J., Crowe, E. en Hymes, C. (1994) 'Ideal versus ought predilections for approach and avoidance distinct self-regulatory systems', *Journal of Personality & Social Psychology*, 66, 276-286.
- Higgins, E.T., Shah, J.Y. en Friedman, R. (1997) 'Emotional responses to goal attainment: Strength of regulatory focus as moderator', *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 515-525.
- Hittner, J.B. (2004) 'Alcohol use among American college students in relation to need for cognition and expectations of alcohol's effects on cognition', *Current Psychology*, 23, 173-187.
- Kim, Y.J. (2006) 'The role of regulatory focus in message framing in antismoking advertisements for adolescents', *Journal of Advertising*, 35, 143-151.
- Kruglanski, A.W., Webster, D.M. en Klem, A. (1993) 'Motivated resistance and openness to persuasion in the presence or absence of prior information', *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 861-876.
- Kruglanski, A.W. en Freund, (1983) 'The freezing and unfreezing of lay-inferences: Effects on impression primacy, ethnic stereotyping and numerical anchoring', *Journal of Experimental Social Psychology*, 19, 448-468.
- Kruglanski, A.W. (1989) *Lay epistemics and human knowledge: Cognitive and motivational bases*, New York: Plenum.
- Leone, C., en Ensley, E. (1986) 'Self-generated attitude change: A person by situation analysis of attitude polarization and attenuation', *Journal of Research in Personality*, 20, 434-446.
- Levin, I.P., Huneke, M.E. en Jasper, J.D. (2000) 'Information processing at successive stages of decision making: Need for cognition and inclusion-exclusion effects', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 82, 171-193.
- Levine, J.M., Higgins, E.T. en Choi, H.S. (2000) 'Development of strategic norms in groups', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 82, 88-101.
- Lieberman, N., Idson, L.C., Camacho, C.J., Higgins, E.T. (1999) 'Promotion and prevention choices between stability and change', *Journal of personality and social psychology*, 77, 1135-1145.
- Mayseless, O. en Kruglanski, A.W. (1987) 'What makes you so sure? Effects of epistemic

- motivations on judgmental confidence', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 39, 162-183.
- Oaten, M. en Cheng, K. (2006) 'Improved self-control: The benefits of a regular program of academic study', *Basic and Applied Social Psychology*, 28, 1-16.
- Petty, R.E., Schumann, D.W., Richman, S.A. en Strathman, A.J. (1993) 'Positive mood and persuasion: Different roles for affect under high and low elaboration conditions', *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 5-20.
- Priester, J.R. en Petty, R.E. (1995) 'Source attributions and persuasion: perceived honesty as a determinant of message scrutiny', *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 637-654.
- Ruiter, R.A.C., Verplanken, B., De Cremer, D. en Kok, G. (2004) 'Danger control and fear control in response to fear appeals: The role of need for cognition', *Basic and Applied Social Psychology*, 26, 13-24.
- Sassenberg, K., Jonas, K.J., Shah, J.Y. en Brazy, P.C. (2007) 'Why some groups just feel better: The regulatory fit of group power', *Journal of Personality and Social Psychology*, 92, 249-267.
- Schmeichel, B.J. en Zell, A. (2007) 'Trait self-control predicts performance on behavioral tests of self-control', *Journal of Personality*, 75, 743-756.
- Shah, J.Y., Kruglanski, A.W. en Thompson, E.P. (1998) 'Membership has its (epistemic) rewards: Need for closure effects on ingroup favoritism', *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 383-393.
- Tajfel, H. (1970) 'Experiments in intergroup discrimination', *Scientific American*, 223, 96-102.
- Tangney, J.P., Baumeister, R.F. en Boone, A.L. (2004) 'High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success', *Journal of Personality*, 72, 271-324.
- Vohs, K.D., Baumeister, R.F., Schmeichel, B.J., Twenge, J.M., Nelson, N.M. en Tice, D.M. (2008) 'Making choices impairs subsequent self-control: A limited resource account of decision making, self-regulation, and active initiative', *Journal of Personality and Social Psychology*, 94, 883-898.
- Webster, D.M., Richter, L. en Kruglanski, A.W. (1996) 'On leaping to conclusions when feeling tired: Mental fatigue effects on impression primacy', *Journal of experimental Social Psychology*, 32, 181-195.
- Webster, D., Kruglanski, A. (1994) 'Individual differences in need for cognitive closure', *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 1049-1062.
- Wheeler, S.C., Petty, R.E. en Bizer, G.Y. (2005) 'Self-schema matching and attitude change: Situational and dispositional determinants of message elaboration', *Journal of Consumer Research*, 31, 787-797.

DEEL 2

Invloed van de omgeving

7 GROEPSNORMEN EN GEDRAG: STURING DOOR SOCIALE IDENTITEIT EN DIALOOG¹

Tom Postmes, Linda Steg en Kees Keizer

De invloed van sociale normen op het gedrag van mensen kan nauwelijks worden overschat. In de vorige hoofdstukken ging het vooral over het autonome individu en zijn afweging van kosten en baten, en bleef de invloed van de sociale omgeving op keuzes buiten beschouwing. Die invloed kan echter zeer groot zijn, vaak zonder dat het individu zich dat realiseert. Zo blijkt uit een onderzoek van Nolan en collega's (2008) dat mensen geloven dat het gedrag van anderen de minst belangrijke reden is om energie te besparen. In hun subjectieve beleving spelen milieuoverwegingen en kosten een veel grotere rol. Het onderzoek maakt echter duidelijk dat het energiegebruik van 'de buurt' de belangrijkste voorspeller is van het eigen energiegebruik. Bovendien heeft informatie over het gedrag van andere mensen een sterke invloed op het eigen energiegebruik, terwijl informatie over het milieu, de kosten of de morele verantwoordelijkheid ten opzichte van toekomstige generaties geen enkel effect heeft. Hieruit blijkt dus ten eerste dat sociale normen wel degelijk een grote invloed op gedrag uitoefenen en ten tweede dat mensen niet goed weten wat de oorzaken van hun gedrag zijn. Opvallend is dat in westerse culturen vooral diegenen die geloven immuun te zijn voor sociale beïnvloeding, zich sterk laten beïnvloeden. Zo zijn het juist de Amerikanen met de meest individualistische overtuigingen die zich graag opofferen voor hun land (Jetten, Postmes en McAuliffe 2002).

Een reden waarom de invloed van sociale normen vaak wordt onderschat, is wellicht dat veel westerse samenlevingen individuele autonomie als ideaal zien. Normatieve beïnvloeding door anderen wordt nogal eens beschouwd als onwenselijk of zelfs verderfelijk. *Wishful thinking* over individuele autonomie is echter contraproductief. Dit soort normatieve beïnvloedingsprocessen kunnen namelijk tot grootschalige gedragsverandering leiden. Bovendien ligt hier een kans voor de overheid. Sturen op de sociale inbedding van normen kan een effectief en goedkoop instrument zijn om gedrag te beïnvloeden.

Dit hoofdstuk gaat over de vraag hoe normen tot stand komen en transformeren, en hoe deze kennis de overheid kan helpen bij haar pogingen het gedrag van burgers te beïnvloeden. Het doel is twee dingen duidelijk te maken: dat normen altijd zijn ingebed in een sociale context en dat de transformatie van normen onlosmakelijk is verbonden met dialogische processen van betekenisgeving in de groepen waarmee een individu zich identificeert.

7.1 STABIELE NORMEN?

De mens heeft de reputatie conservatief te zijn. Als het gaat om normen, houden samenlevingen, groepen en individuen niet van verandering. Deze visie is lang leidend geweest in de sociale psychologie. Zo suggereerde de psycholoog Kurt Lewin dat groepsnormen intrinsiek statische en onveranderlijke ankers voor gedrag zijn. In deze klassieke benadering is de internalisatie van normen een langdurig proces waarin het individu door beloning en straf in gezin, school en andere stabiele sociale verbanden wordt gesocialiseerd en zich geleidelijk een systeem van normen en waarden eigen maakt. Hij voegt zich naar deze bestaande structuren, zonder veel mogelijkheid tot inbreng of verandering (Lewin 1947). In deze traditionele visie veranderen normen alleen als de groep daartoe wordt gedwongen, bijvoorbeeld als gevolg van dramatische gebeurtenissen. Volgens Lewin moeten externe schokken vaste normen 'ontdooien', voordat er verandering op kan treden. Deze denkwijze is terug te zien in de managementfilosofieën van Edgar Schein. Volgens hem kunnen organisaties het snelste veranderen als ze in hun voortbestaan wordt bedreigd² (Schein 1985; Schein en Bennis 1965). Hierdoor staan ze open voor nieuwe ideeën, die ingebracht en doorgevoerd kunnen worden door charismatische of 'transformationele' leiders (Bass en Avolio 1990).

Waar de klassieke verklaringen voor verandering van normen echter weinig ruimte voor laten, is het feit dat samenlevingen voortdurend aan sterke verandering onderhevig zijn. Een voorbeeld is de ingrijpende secularisatie van Nederland sinds de Tweede Wereldoorlog. Slechts enkele generaties geleden was de overgrote meerderheid van de Nederlanders religieus. Nu zijn de kerken leeg en is ons land 's werelds voorganger in secularisatie (Becker en De Hart 2006). Een ander voorbeeld van een ingrijpende gedragswijziging is de opkomst van internet. Het aantal gebruikers hiervan nam tussen 1996 en 2006 toe van minder dan 10 procent tot meer dan 80 procent van de bevolking. Als mensen werkelijk gewoontedieren waren die hun gedrag liever niet aanpassen, dan was deze verschuiving nooit mogelijk geweest.³ Zelfs wanneer dit lijkt in te druisen tegen de evolutionaire belangen van het individu, kunnen normen dramatisch veranderen. Zo kiezen in steeds meer samenlevingen gezinnen voor het krijgen van minder kinderen. Dit is opmerkelijk, want door stijgende welvaart zouden we meer kinderen kunnen krijgen, niet minder. Het is tevens alarmerend. In de komende decennia wordt krimp (voor zover die niet opgevangen kan worden door immigratie) een acuut economisch probleem voor westerse samenlevingen. Uit verschillende studies blijkt dat deze trend wordt veroorzaakt door veranderende normen (Newson et al. 2005; Newson et al. 2007). Het wordt ook geïllustreerd door de uitzonderingen op de trend. Terwijl het gemiddelde aantal kinderen per vrouw in Nederland 1,7 bedraagt, is het gemiddelde in Urk en Staphorst 3,1 (CBS Statline). Dat is een zeer markante afwijking, die toe te schrijven is aan de specifieke normen in deze deels streng gereformeerde gemeenten.

Juist voor de overheid is de vraag hoe dit soort geleidelijke verandering tot stand komt interessant. Over dramatische gebeurtenissen en externe schokken heeft zij nauwelijks controle. Die overkomen een maatschappij simpelweg. Afgezien van voldoende veiligheidswaarborgen kan de overheid weinig doen. Dat ligt echter anders voor geleidelijke maatschappelijke transformaties van normen die uit de samenleving zelf komen. De overheid kiest regelmatig voor een actieve rol in het normatieve domein. Veel gedragsbeïnvloeding is erop gericht een blijvende normatieve verandering bij burgers teweeg te brengen op gebieden uiteenlopend van energiegebruik tot een gezonde levensstijl. Ook maatschappelijke organisaties laten zich niet onbetuigd. Zo startte SIRE onlangs haar honderdste reclamecampagne. Het doel: onbewust asociaal gedrag tegengaan. Deze campagne is extra opmerkelijk, omdat het een belangrijk kenmerk van gedrag aangeeft: veel gedrag vindt onbewust plaats.

De vraag hoe normverandering tot stand komt, is extra belangrijk omdat de positie van de overheid ten opzichte van haar burgers de afgelopen decennia ingrijpend is veranderd. De stem van de overheid is een stuk minder gewichtig geworden in het bepalen van de maatschappelijke teneur. Het luisteren naar de overheid is geen vanzelfsprekendheid, maar wordt steeds meer een optie, net als het kopen van een iPod of het kiezen van een restaurant. Burgers menen dat ze zelf wel kunnen bepalen wat ze al dan niet moeten en kunnen doen. Daardoor nemen zij een minder voorspelbare positie in. Steeds minder is er sprake van helder afgebakende 'doelgroepen' en sociale categorieën (bijvoorbeeld naar religieuze geaardheid en sociale klasse) waarbinnen men zijn plaats kende en min of meer voorspelbaar gedrag vertoonde. Dit betekent dat burgers constant kiezen tussen verschillende sociale identiteiten die niet altijd in overeenstemming met elkaar zijn. Deze fragmentatie van identiteit marginaliseert de plaats van de overheid in het dagelijks leven van gewone mensen. Kortom, zowel tanend gezag van de overheid als veranderingen in de positie van de burger maken kennis van hoe normen transformeren extra belangrijk. Alleen met deze kennis kunnen pogingen om normen te beïnvloeden succesvol zijn.

7.2 INJUNCTIEVE EN DESCRIPTIEVE NORMEN

Zoals ook blijkt uit de eerder behandelde voorbeelden, verwijst het concept 'normen' in dit hoofdstuk naar opvattingen van anderen die een leidraad vormen in keuzegedrag.⁴ Deze sociaalpsychologische definiëring van 'normen' is beduidend losser dan hoe dit begrip bijvoorbeeld in de ethiek wordt gebruikt. Het gaat hier dus niet louter om morele opvattingen die ten grondslag liggen aan keuzegedrag, maar ook om het totaal van *bewuste* opvattingen over wat 'normaal' is, en zelfs over de *onbewuste* aannames die we hierover hebben. Binnen de sociale psychologie wordt vaak onderscheid gemaakt tussen injunctieve en descriptieve normen (Cialdini et al. 1990, 1991). Injunctieve normen zijn gedeelde meningen of

voorschriften over wat gewenst en ongewenst gedrag is (“Gij zult niet stelen”, “Eet met mes en vork”). Een individu leert deze normen meestal door communicatie met anderen in de naaste omgeving, zoals familie en vrienden. Ook de veronderstelde *communis opinio* en geïnstitutionaliseerde gedragscodes in bijvoorbeeld wetboek of religieuze geschriften zijn voorbeelden van dit type normen.

Injunctieve normen zijn dus cognities die we met anderen (denken te) delen. Ze zijn niet alleen van mij, ze zijn van *ons*. Deze sociale gedeeldheid is een belangrijk kenmerk van injunctieve normen; mensen hechten grote waarde aan hoe anderen over bepaalde onderwerpen denken en laten hun eigen gedrag hierdoor beïnvloeden. Als mensen bijvoorbeeld de indruk krijgen dat veel Nederlanders de salarissen van CEO's schandalig hoog vinden, creëert dat een normatief klimaat waarin zij geneigd zullen zijn schande te spreken van zelfverrijking. Andersom worden gevestigde injunctieve normen ondermijnd als de indruk ontstaat dat velen zich niet (meer) aan die normen houden. De geroemde Nederlandse tolerantie bijvoorbeeld was tot voor kort een wijdverbreide sociale norm, die echter lijkt te onttakelen. Dit wordt mogelijk als er een sterke discrepantie bestaat tussen de injunctieve norm die tolerantie voorschrijft en de (veronderstelde) intolerante attitudes van veel Nederlanders (zie ook Noelle-Neumann 1974; Postmes 2009).

Descriptieve normen zijn gebaseerd op de *perceptie* van het gedrag van andere mensen in specifieke situaties, of uit indirecte informatie over dat gedrag (bijvoorbeeld een omgeving met veel zwervuul, een platgetreden grasveld). Descriptieve normen zijn dus minder expliciet en geformaliseerd dan injunctieve normen. Uit zulke waarnemingen leidt men af wat kennelijk ‘normaal’ is in een bepaalde situatie, waarna men zijn gedrag hierop kan aanpassen. Dit mechanisme is vooral van belang bij nieuwe of ambigue situaties, omdat iemand daarin minder makkelijk kan terugvallen op kennis over wat in de betreffende situatie juist of gewenst is. De menselijke geest is bijzonder goed toegerust om normatieve patronen in het gedrag van anderen in hun omgeving te herkennen. Als anderen zich op een bepaalde manier gedragen, is dat van grote invloed op ons eigen keuzegedrag.⁵

Het onderscheid tussen injunctieve en descriptieve normen is meer dan alleen een conceptueel verschil. Injunctieve normen zijn per definitie sociaal gedeeld en daarom onlosmakelijk verbonden met discursieve praktijk. Bij descriptieve normen is dit anders. Een individu kan deze bijvoorbeeld door alleen observatie afleiden uit de omgeving. Beide type normen beïnvloeden gedrag ook op verschillende wijze (Deutsch en Gerard 1955). Bij descriptieve normen is vooral sprake van *informatieele* sociale invloed. Uit het gedrag van anderen kan men opmaken wat in een bepaalde situatie kennelijk het meest passende of adaptieve gedrag is, en daarop zijn eigen gedrag afstemmen. Als iemand bijvoorbeeld in een buitenlands museum een rondleiding krijgt en niet weet of het gebruikelijk is om na afloop de gids een fooi te geven, kan hij kijken of anderen een fooi geven en uit die informa-

tie opmaken wat kennelijk gebruikelijk is. Bij injunctieve normen is vooral sprake van *normatieve* sociale invloed (Cialdini et al. 1991). Je conformeert je aan een injunctieve norm omdat je een beloning verwacht: de groep vindt je aardig of je verkrijgt meer status. Omgekeerd geldt dat het overtreden van een injunctieve norm het risico van (informele) bestraffing meedraagt bijvoorbeeld in de vorm van sociale uitsluiting.

Injunctieve en descriptieve normen kunnen elkaar versterken, maar elkaar ook in de weg zitten. Als wat anderen doen (de descriptieve norm) niet in overeenstemming is met hoe het hoort (de injunctieve norm), kan dit de invloed van de injunctieve norm verzwakken (Keizer et al. 2008; Smith en Louis 2008). In een omgeving waar een bord duidelijk maakt dat het gooien van afval op de grond niet is toegestaan, laat de aanwezigheid van zwerfvuil een conflicterende descriptieve norm zien. Hierdoor vermindert de invloed van het bord op gedrag (Reiter en Samuel 1980).

Normen zijn vaak situatiespecifiek. Praten met anderen is de norm op een receptie, terwijl het juist normovertredend is in de leeszaal van de bibliotheek. Injunctieve normen kunnen variëren van heel specifiek (“Hier niet roken”) tot heel algemeen (“Gij zult niet doden” of “Je mag anderen niet in gevaar brengen”). Zulke abstracte normen worden ook wel *smart norms* genoemd (Lindenberg 2005; Lindenberg en Steg 2007). Deze vragen vertaling van de algemene norm naar een specifieke situatie. Waren normen vroeger vaak specifiek, tegenwoordig ligt het accent meer op *smart norms*. Jongeren laten zich meer leiden door *smart norms* dan ouderen. Betekent een rood voetgangerslicht voor ouderen een gebod om te ‘stoppen’, voor jongeren is het slechts een aanwijzing dat er mogelijk gevaar kan zijn. Zij zullen daarom alleen stoppen als er daadwerkelijk gevaar dreigt (Lindenberg 2005). Dit soort verschillen in beleving leidt nog wel eens tot onbegrip tussen groepen. Ze vormen een argument voor een gedifferentieerde aanpak van ongewenst gedrag.

De mate waarin normen van invloed zijn op gedrag wordt mede bepaald door de mate waarin deze normen saillant zijn of worden gemaakt voor de betreffende persoon (Cialdini et al. 1990; 1991). Saillantie is een sleutelbegrip in de sociale psychologie. Een bepaald kenmerk of fenomeen is saillant als het zeer goed zichtbaar is en opvalt ten opzichte van de omgeving, of als er om een andere reden de aandacht op wordt gevestigd. Hoe meer de aandacht gericht is op de norm, hoe groter haar invloed is. Het effect van saillantie wordt onder meer geïllustreerd in onderzoeken naar creatief gedrag. Creativiteit is een eigenschap die vaak aan individuen wordt toegeschreven, maar die sterk aan mode onderhevig is. Uit onderzoek van Adarves-Yorno, Postmes en Haslam (2006, 2007) bleek dat individuen uit een groep hun creativiteit aanpassen aan de groepsnormen als deze saillant zijn. De groepsnorm bepaalt wat men creatief en vernieuwend vindt.

7.3 NORMEN EN DE GROEP

Normen bestaan dus niet in een vacuüm. Injunctieve en descriptieve normen zijn altijd ingebed in een sociale context en gebonden aan groepen. Aan deze groepen ontleent het individu weer zijn sociale identiteit.

Sociale identiteit

Hiermee komen we op een kernbegrip in dit hoofdstuk. Sociale identiteiten definiëren tegelijkertijd wie ‘wij’ zijn als groep en wie ‘ik’ ben als individueel groeps-lid. In dit begrip komen dus de normatieve kenmerken van het individu en de groep samen. Op het niveau van de groep omvat de sociale identiteit de gedeelde kennis die geïnformeerde groepsleden hebben over ‘ons’ en over wat ons onderscheidt van ‘hen’ (Tajfel 1978; Tajfel en Turner 1986; Turner 1987). Naarmate mensen zich sterker met een groep of organisatie identificeren, vervaagt het onderscheid tussen individu en groep. Dit betekent dat zij de normen die gangbaar zijn in hun groep of organisatie zodanig internaliseren dat zij geen onderscheid meer (kunnen) maken tussen de normen van de groep en de eigen normen (Haslam 2004).

Individueen zijn echter zelden lid van slechts één groep. Zij hebben dus ook zelden slechts één sociale identiteit. Een groep vrienden kan zich omvormen tot *gang* en de buurt gaan terroriseren. Ze zijn echter niet alleen lid van deze *gang*, maar ook buurtbewoner, hebben een sociale identiteit die ze ontleenen aan hun stad, aan het land, aan de etnische of religieuze groep waarvan ze deel uitmaken, enzovoort. Net als normen kunnen ook groeps-lidmaatschappen en bijbehorende sociale identiteiten meer of minder saillant gemaakt worden. Dit is cruciaal; niet alle aspecten van onze identiteit zijn altijd even belangrijk. Als een specifieke sociale identiteit saillant wordt gemaakt, dan wordt ons gedrag mede aangestuurd door de sociale normen die er deel van uitmaken (Oakes 1987; Terry, Hogg en White 1999; Turner 1991). De leden van de bovengenoemde *gang* zouden net als ieder ander feest vieren als Oranje de kwartfinale haalt. Pas op het moment dat hun identiteit als lid van de *gang* saillant wordt gemaakt, zouden zij mogelijk de orde gaan verstoren.

Sociale identiteiten smeden overigens niet enkel groep en individu aaneen, maar kunnen ook een wig drijven tussen beide. Als de verschillen tussen groepsidentiteit en persoonlijke identiteit saillant zijn, kan het gebeuren dat mensen juist afstand nemen tot de groep door zich af te zetten tegen haar normen (Postmes et al. 2001; Terry en Hogg 1996). Omgekeerd bepalen normen niet alleen welk gedrag binnen de groep wordt aangemoedigd en welk gedrag niet, maar tevens wie wél bij de groep hoort en wie niet.

De gedragspatronen die we observeren in onze sociale omgeving en de daaruit afgeleide normen, worden dus een wezenlijk onderdeel van onze eigen sociale identiteiten (Postmes et al. 2006; Postmes, Haslam en Swaab 2005a; Postmes et

al. 2005b). Op deze manier beïnvloedt de groep, via normen, individueel keuzege-drag.

Groepen steken veel energie in het moreel rechtvaardigen van hun normen en gedrag. Dit soort rationalisaties neemt vaak de vorm aan van het zoeken naar een nieuwe consensus binnen een specifieke groep *insiders*. “*Greed is healthy. You can be greedy and still feel good about yourself*” hield de controversiële Amerikaanse zakenman Ivan Boesky in 1986 een publiek van business school staf en studenten voor.⁶ Een dergelijke uitspraak is meer dan enkel de rationalisatie van het gedrag van een enkel individu; het is een poging om een nieuw normatief kader te schep-pen. Boesky’s toespraak ging over ‘ons’ gedrag, niet over dat van ‘mij’ of dat van ‘hen’. Boesky zocht consensus: *wij* vinden hebzucht niet slechts acceptabel, maar wenselijk, op grond van een sociaal gedeelde analyse van hoe dingen werken en hoe dingen daarom horen te zijn. Hier toont zich het belang van dialoog en afstemming binnen groepen om tot gedeelde normen te komen. Later in dit hoofdstuk komen we hierop terug.

Conformeren

Gehoor geven aan een injunctieve norm kan zowel een bewust als een onbewust proces zijn. Zulke normen kunnen direct van invloed zijn op onze bewuste gedachten en attitudes, en daarmee op ons gedrag (Terry, Hogg en McKimmie 2000), maar als zij al langere tijd gevestigd zijn, en daardoor geïnstitutionaliseerd en geïnternaliseerd zijn geraakt, kunnen zij ook onderdeel gaan vormen van ons gewoontegedrag.⁷ Gehoor geven aan een descriptieve norm gebeurt meestal onbe-wust. Als dit type norm wordt waargenomen, conformeert men zich vaak gedach-teloos. Dergelijke sociale invloed voelt als vanzelfsprekend; het is een neiging die moeilijk te onderdrukken is (Cialdini 2001). Dit fenomeen is met name sterk waar te nemen in situaties waarin iemand niet goed weet hoe hij of zij zich *hoort* te gedragen. Jonge studenten die nog maar kort het ouderlijk nest hebben verlaten, zijn notoir bevattelijk voor allerlei normatieve beïnvloeding (Rivis en Sheeran 2003). Een klassiek onderzoek naar politieke voorkeuren van Amerikaanse studenten eind jaren dertig van de vorige eeuw liet zien dat hun ervaringen op de universiteit een sterke invloed hadden op hun politieke voorkeuren en stemge-drag. Deze invloed was zelfs veertig jaar later nog merkbaar (Alwin, Cohen en Newcomb 1991). Ook hedendaagse studenten laten zich vaak sterk beïnvloeden door groepsnormen. In het geval van alcoholconsumptie is de invloed van groeps-normen vaak sterker dan die van individuele opvattingen (Carey et al. 2007; Lari-mer et al. 2004). Het verband tussen iemands persoonlijke opvattingen en zijn uiteindelijk gedrag is soms dus erg klein.⁸ De groep is een belangrijkere maatstaf.

Conformeren aan sociale normen gebeurt dus regelmatig onbewust. Dat is echter minder het geval bij het afwijken van sociale normen, want dat brengt vaak hoge (sociale) kosten met zich mee. Het bewust overtreden van sociale normen kan

bijvoorbeeld leiden tot sociale uitsluiting (Marques, Abrams en Serodio 2001; Marques, Yzerbyt en Leyens 1988). De psychische nood van klokkenluiders illustreert dat zulke uitsluiting uitermate pijnlijk kan zijn. Klokkenluiders handelen doorgaans uit rechtvaardigheidsgevoel en een sterke overtuiging dat ze hiermee het belang van hun groep of organisatie dienen. Als ze hier echter gehoor aan geven, dan voelen ze zich als 'klikspanen' uitgestoten, slecht gesteund en niet gehoord, en ervaren zij groot psychisch trauma, ongeacht of hun acties effectief zijn of niet. In gevallen waarin klokkenluiders evidente fraude of crimineel gedrag aan de orde stellen, kan dit merkwaardige gevolgen hebben. Ze ervaren doorgaans veel meer gewetenswroeging en psychisch trauma dan de daders (Rothschild en Miethe 1999).

Wil een overheid slagen in het beïnvloeden van normen, dan is het noodzakelijk te weten in welke sociale groepen specifieke normen zijn verankerd. Als de overheid bijvoorbeeld voetbalvandalisme wil terugdringen, is de kernvraag niet wat de sociale norm onder 'de Nederlanders' is, maar is het relevanter te weten wat de normen onder voetbalsupporters en hooligans zijn. Het is overigens niet altijd eenvoudig om de sociale groepen waarin normen verankerd zijn helder af te bakenen. Groepen ontstaan traditioneel op basis van geografische locatie (nabijheid), intertemporele lotsverbondenheid (interdependentie) en gedeelde kenmerken (gelijkheid). Elektronische communicatiemiddelen, toenemende mobiliteit en immigratie verminderen de vervlechting van groepen. Hierdoor komt bij groepsvorming een sterkere nadruk te liggen op subjectief beleefde factoren zoals gelijkheid, bijvoorbeeld in termen van gedeelde sociale identiteit (Postmes, Spears en Lea 1998).

Toezicht en controle

Surveillance is een voorbeeld dat goed laat zien hoe normen ingebed zijn in een sociale context en wat dat betekent voor beïnvloeding. Vaak wordt verondersteld dat direct toezicht noodzakelijk is om conformiteit af te dwingen (Zimbardo 1969). De wetenschap geeft ook wel enige aanleiding voor die veronderstelling. Vroege studies naar sociale beïnvloeding suggereerden dat anonimiteit en gebrek aan toezicht de mate van conformiteit reduceren (Asch 1952; Deutsch en Gerard 1955) en ook recenter onderzoek in de evolutionaire sociale psychologie laat zien dat direct toezicht wenselijk gedrag kan stimuleren (Haley en Fessler 2005). De overheid kiest in haar beleid dan ook regelmatig voor 'meer toezicht'.

Toch is een waarschuwing op zijn plaats. Supervisie en toezicht zijn met name nodig als de normen van de supervisor en die van de geobserveerde verschillen (Postmes en Spears 1998; Reicher, Spears en Postmes 1995). Als het individu echter een positieve sociale grondhouding heeft (bijvoorbeeld onder invloed van een sterke groepsband), maakt het niet uit of het individu wordt geobserveerd of niet: hij zal vaak uit zichzelf normconform gedrag vertonen. Toezicht is alleen

nodig als sociale normen niet zijn geïnternaliseerd. Ook blijkt dat, anders dan veelal wordt gedacht, anonimiteit niet altijd nadelig is voor de naleving van normen. Daar waar mensen direct met elkaar in contact komen, kan anonimiteit de invloed van normen juist sterker maken. Samenwerking met een anoniem lid van de eigen groep wekt evenveel vertrouwen als samenwerking met een wel geïdentificeerd persoon (Tanis en Postmes 2005) en de anonimiteit van de ander kan zelfs een extra stimulans zijn om zich aan sociale normen te houden, omdat het alle groepsleden gelijk doet lijken (Spears en Lea 1994). In online teams waarvan de leden anoniem zijn, verloopt samenwerking vaak beter (e.g., Lea, Spears en De Groot 2001; Tanis en Postmes 2007, in druk) en neemt de invloed van sociale normen toe (Lee 2004; Postmes et al. 2001b). Op de werkvloer blijken mensen sneller bereid om langs elektronische weg kennis met collega's te delen wanneer de identiteit van de ontvangende collega's onbekend is dan wanneer ze wél weten wie de betreffende collega's zijn (Cress 2005). Dit suggereert dat surveillance een 'lapmiddel' is in situaties waarin gevoelens van gemeenschapszin en een normatief kader ontbreken.

7.4 INTERACTIE EN DE TRANSFORMATIE VAN NORMEN

Zoals eerder opgemerkt, wordt verandering van normen vaak toegeschreven aan dramatische gebeurtenissen en charismatische leiders. Maar voor gewone mensen in alledaagse situaties – dat wil zeggen, voor bijna iedereen op bijna ieder moment van de dag – bevinden deze zich buiten het psychische gezichtsveld. Het wereldnieuws, nationale nieuws en de prominente Nederlanders zijn vaak slechts achtergrondgeruis. En zelfs als we bij uitzondering wél goed luisteren naar de 'talking heads' van bijvoorbeeld politici, klinkt hun stem meestal minder hard dan die van de personen in onze onmiddellijke omgeving: onze familie, vrienden, collega's of zelfs de groenteboer op de markt. Deze kleine kring van dagelijkse contacten bepaalt in sterke mate onze visie op de werkelijkheid en onze sociale normen. Zij oefent dus grote invloed uit op ons gedrag. Ook de invloed van dramatische gebeurtenissen of charismatische leiders wordt sterk bepaald door de oordelen die er in deze kleine kring over worden gevormd. Overigens is dit in communicatiewetenschappen een bekend fenomeen. Nieuwsberichten en televisieprogramma's zijn invloedrijker naarmate mensen meer met anderen erover (kunnen) praten (McQuail 1984). De onmiddellijke reactie op schokkende gebeurtenissen zoals de aanslagen van 9/11 is een enorme toename in de communicatie met vrienden en bekenden over wat er gebeurd is (Greenberg 2002). Men probeert tot een *sociaal oordeel* te komen over wat zich heeft afgespeeld.

Normen ontstaan en veranderen dus als gevolg van sociale interactie. Parallel aan het onderscheid tussen descriptieve en injunctieve normen zijn twee vormen van interactie daarbij het belangrijkste. Ten eerste praten we voortdurend met anderen, ten tweede observeren we hun gedrag. We gaan hierop nader in.

Gesprekken

Als we met anderen praten over allerlei situaties, voorvallen of personen uit het dagelijks leven, is de centrale vraag in de conversatie niet descriptief of informatief (“Wat is er vandaag voor interessants gebeurd?”) maar sociaal-evaluatief (“Wat *vind jij* van X of Y?”). Met name roddelen vervult een belangrijke functie in het bepalen van de injunctieve normen van een gemeenschap en het bewaken van de grenzen ervan. Volgens onderzoek bestaat 60 tot 70 procent van alle conversaties uit roddelen (Dunbar 1998; Emler 1990). Dunbar suggereert dat roddelen een functie vervult als sociaal bindmiddel (Dunbar 1993; zie ook hoofdstuk 7). In dergelijke uitwisselingen van evaluaties probeert men in zijn sociale netwerk tot een consensus te komen waarin een oordeel besloten ligt over het onderwerp in kwestie. Met andere woorden, wat we doen in onze gesprekken met anderen, is het *samen* evalueren van gebeurtenissen en van anderen. Spelenderwijs wordt in conversatie een gezamenlijke mening geformuleerd die normatieve implicaties heeft. Het mondt uit in een gedeelde visie.⁹

Dat gezamenlijke bespreking sterke invloed kan hebben op gedrag, bleek uit een van de meest aansprekende onderzoeken van de eerdergenoemde Kurt Lewin. In opdracht van de Amerikaanse regering probeerde hij tijdens de Tweede Wereldoorlog om Amerikaanse huisvrouwen over te halen orgaanvlees te serveren. Orgaanvlees was weinig populair, maar zuinigheid en minder verspilling zouden de *war effort* steunen. De vrouwen hoorden in kleine groepen een lezing van voedingsdeskundigen en kregen instructies voor het bereiden van dit vlees. De interventie bleek weinig effect te hebben: minder dan 1 procent bracht het geleerde in praktijk.¹⁰ Na de eerste resultaten paste Lewin de interventie aan. Hij verving de lange en indringende lezing van experts door een kortere en gaf de vrouwen de gelegenheid om datgene wat ze gehoord hadden met elkaar te bespreken. Deze eenvoudige interventie leidde tot dramatische gedragsverandering: nu bracht meer dan 30 procent van de vrouwen het geleerde in praktijk.

De techniek van Lewin werd recent nieuw leven ingeblazen in onderzoek van Craig McGarty en anderen. De instructies in hun onderzoek waren eenvoudig: hun proefpersonen kregen de vraag of ze wilden meedenken over oplossingen voor een specifiek probleem (bijvoorbeeld maatregelen om energieverbruik te verminderen). Proefpersonen voerden dit taakje uit in een groepje of ze deden het alleen. Mensen die in hun eentje nadachten over oplossingen pasten vervolgens hun gedrag niet of nauwelijks aan. Bij de proefpersonen die overlegden met anderen werd echter een sterke gedragsverandering gemeten (Bliuc et al. 2007; Thomas en McGarty 2008, in druk). Bijzonder aan het onderzoek van McGarty is dat het tevens laat zien wat het proces is achter de ontwikkeling van een gedeelde sociale identiteit. Het is deze sociale identiteit die de motor is van gedragsverandering.

Er is veel onderzoek gedaan naar het proces van normformatie in kleine groepen.¹¹ Hieruit blijkt niet alleen dat normen heel spontaan ontstaan, maar bovendien dat deelnemers aan een gesprek zich hiervan vaak niet bewust zijn. Zo lieten Postmes, Spears en Cihangir (2001) kleine groepjes studenten een regeringsvoorstel bespreken om afgestudeerden een extra inkomstenbelasting op te leggen en met de opbrengst hiervan het hoger onderwijs te bekostigen. De studenten waren het hier sterk mee oneens en ontwikkelden sluipenderwijs een groepsnorm van kritische onafhankelijkheid. Deze norm hielp de groepen vervolgens enorm bij het oplossen van een besluitvormingstaak waarbij kritisch en onafhankelijk denken vereist was. In een soepel verlopend gesprek moeten de deelnemers zich voortdurend aan de ander aanpassen en zich in de ander verplaatsen. Dit accommoderen doen we automatisch (Giles, Coupland en Coupland, 1991). En we doen het niet alleen verbaal, maar ook in e-mailconversaties, waar het fenomeen (en de gevolgen) goed gedocumenteerd zijn. In e-mail past men zich aan de ander aan in het aantal leestekens, hoofdletters, de lengte van zinnen en woorden, de aanhef ("Geachte.." of "Hi"). Maar ook de onderwerpen en het al dan niet maken van grappen zijn sterk aan sociale invloed onderhevig (Postmes et al. 2000). Communicatie is, kortom, een belangrijke motor voor sociale verandering: discursieve omgang in kleine groepen kan werkelijk grootschalige gedrag verandering activeren.¹²

Opvallend is dat communicatie normen vaak extremer maakt. Dit proces wordt in sociale psychologie aangeduid als groespolarisatie. Bij een discussie bewegen de meningen van groepsleden zich meestal niet naar een soort gemiddelde van wat de diverse groepsleden vinden, maar juist naar een meer extreme positie. Uit onderzoek blijkt dat dit komt doordat de sociale normen die worden waargenomen (welke positie men typerend acht voor de eigen groep) verschuiven (Postmes, Haslam en Swaab 2005a). De verklaring voor dit fenomeen is dat groepsleden proberen om uit de discussie van de groep een patroon te destilleren. Hierbij proberen ze de verschillen tussen de groepsleden onderling te minimaliseren en consensus te bereiken, en tegelijkertijd de positie van de groep ten opzichte van 'anderen' buiten de groep te onderscheiden. Men zoekt *distinctiviteit* (Turner 1991). Normen zijn onderdeel van de poging van een groep om te bepalen wie 'wij' zijn en waarin 'wij' en 'zij' onderscheiden worden.

Observeren

De tweede vorm van sociale interactie via welke normen kunnen ontstaan of veranderen is observatie van gedrag. Vaak is kijken al voldoende. Mensen zijn cognitief bijzonder goed uitgerust om patronen in complexe sociale situaties te herkennen. Als we bijvoorbeeld zien dat meerdere personen rommel op de grond gooien, kan dat leiden tot de inductie van een descriptieve norm dat dit normaal gedrag is. Hierbij worden normen dus afgeleid uit gedrag van anderen (Cialdini en Goldstein 2004). Een rommelige omgeving voedt echter dezelfde indruk, ook zonder dat we de 'daders' aan het werk zien. Een opvallend stuk afval in een voor

de rest schone omgeving heeft een subtiel ander effect, omdat het de aandacht vestigt op het gegeven dat de meerderheid geen rommel op de grond gooit.

Normen kunnen ook indirect worden afgeleid uit informatie over gedrag. Mensen vinden het doorgaans zeer interessant om te weten wat anderen wel of niet doen, en deze informatie heeft een sterke invloed op ons eigen gedrag en onze attitudes. Het blijkt bijvoorbeeld dat studenten hun alcoholgebruik verminderen als zij informatie krijgen dat het merendeel van de studenten minder drinkt dan zij. Hetzelfde effect is ook gevonden in onderzoek naar huishoudelijk energiegebruik (Schultz 1999). Een bijzonder effectieve manier om normen te ontwikkelen is door *samen* dingen te doen (zonder daar noodzakelijk uitdrukkelijk over te praten). Door samenwerking richten de activiteiten van groepsleden zich op hetzelfde doel. Zo stuurt de samenwerking aan een poster de vorming van groepsnormen voor de uiting van creativiteit (Adarves-Yorno, Postmes en Haslam 2007) en leidt eendrachtige samenwerking tot positief waarderen van gedeelde groeps kennis (Postmes, Spears en Cihangir 2001a).

Kortom, praten en kijken maken onderdeel uit van het geoliede proces van normformatie en normtransformatie. Door te praten met andere mensen en door hun gedrag te observeren, vellen we automatisch oordelen over wat 'men' hier doet en denkt. Als we deze oordelen vellen over groepen waar we zelf deel van uitmaken, worden ze een onderdeel van onze sociale identiteit. We schrijven dan tegelijkertijd kenmerken toe aan de groep en aan onszelf als lid van die groep. Wanneer we in een situatie verkeren waar die sociale identiteit saillant is, zullen deze normen ons gedrag beïnvloeden.

Deze subtiele processen kunnen verstrekkende gevolgen hebben voor ons gedrag, al zijn we ons er doorgaans niet van bewust. Ogenschijnlijk kleine veranderingen in patronen van communicatie en interactie kunnen al voldoende zijn voor grote verschuivingen van sociale normen en gedrag. De invloed van deze veranderingen is niet altijd beperkt tot de kleine sociale kring waarin ze ontstaat. Groepen en netwerken zijn steeds meer met elkaar verweven, en zijn allerminst onafhankelijk in hun reacties op externe gebeurtenissen. Sommige netwerken en groepen zullen de rol van voortrekker vervullen in de verspreiding van bepaalde innovaties (Rogers 2003). Modellen laten zien dat de kleine veranderingen in alledaagse gesprekken tussen vrienden en familie (micro-niveau) de grote veranderingen in fertiliteit van westerse samenlevingen (macroniveau) kunnen verklaren (Newson et al. 2005, 2006). De conclusie is dat deze kleinschalige processen een grote invloed hebben.

7.5 BEÏNVLOEDING VAN SOCIALE NORMEN: EEN DOORKIJK NAAR OVERHEIDSBELEID

Een overheid die invloed wenst uit te oefenen op bepaalde onderdelen van het normatieve verkeer van een samenleving kan haar voordeel doen met deze kennis. De hierboven beschreven processen compliceren het idee dat normatieve verandering slechts een kwestie is van de juiste boodschap verkondigen of straffen en belonen, omdat in die visie beïnvloeding vooral wordt gezien als een transactie tussen overheid en de *individuele* burger. Afgaand op de historische populariteit van persuasieve communicatie zoals reclame of propaganda zouden dergelijke beïnvloedingspogingen bijzonder effectief moeten zijn. De praktijk blijkt echter anders. De effecten van reclame en propaganda zijn vaak bescheiden, met name voor wat betreft gewoontegedrag dat positief wordt gewaardeerd (bijvoorbeeld: McGuire 1986; Mela, Gupta en Lehmann, 1997). Zelfs als de persuasieve mededelingen van 'de top' komen is de invloed klein. De ontvanger lijkt niet echt open te staan voor dit soort beïnvloeding. Het probleem met zulke overtuigingspogingen van bovenaf is dat zij weinig rekening houden met het feit dat normen altijd verankerd zijn in sociale groepen. We gaan hier nu niet verder op in. Hoofdstuk 9 behandelt de vraag wat massamediale overtuigende communicatie al dan niet vermag.

Saillantie en vergelijking

Zodra echter de sociale groep als uitgangspunt genomen wordt, ontstaat perspectief op alternatieve manieren van gedragsbeïnvloeding. Een eerste mogelijkheid is het actief saillant maken van bepaalde groepsidentiteiten, want die bepalen welke normen dominant zijn. Dit proces wordt geïllustreerd door het afnemende geweld van hooligans bij internationale wedstrijden (Stott et al. 2008). In het laatste decennium ontstond onder voetbalsupporters in Europa een normatief klimaat waarbij 'feestvieren' centraal stond. Hierdoor ontstond een situatie die hooligans als subgroep marginaliseerde. Dit was een opvallende verschuiving; waar verstokte hooligans zichzelf eerst als de meest prototypische voetbalsupporters zagen, kregen ze nu kritiek als ordeverstoorers bij een feest. Sindsdien is het aantal openbare orde-incidenten bij internationale wedstrijden significant afgenomen. Politie en instanties hebben deze verschuiving actief aangemoedigd, deels op basis van kennis over de processen die in dit hoofdstuk beschreven zijn (Reicher et al. 2004).

Overigens gebeurt het regelmatig dat groepsidentiteiten saillant worden gemaakt zonder dat men zich dit realiseert of bewust zo heeft beoogd. Als de Nederlandse media bijvoorbeeld systematisch de etniciteit van plegers benadrukken, wordt hiermee steeds weer de aandacht gevestigd op de relatief hoge delinquentie onder bepaalde groepen (bijvoorbeeld Antillianen of Marokkanen). Het – uiteraard onbedoelde – gevolg hiervan kan zijn dat de delinquentie onder deze groep toeneemt,

omdat een identiteit die verband houdt met delinquentie saillant wordt gemaakt. Zo'n stereotiep beeld heeft al snel een zelfbevestigende werking. De berichtgeving impliceert voor jonge Antillianen en Marokkanen een sociale norm en maakt tevens de sociale identiteit waarin deze verankerd is saillant. Het voortdurend benadrukken van de afkomst van deze jongeren zal de problemen dus verergeren, terwijl het benadrukken van de Nederlandse afkomst (of toekomst) van deze jongeren de problemen eerder zou reduceren. Dit voorbeeld geeft aan dat de *framing* van overheidsboodschappen zorgvuldig moet worden gekozen om te bevorderen dat de gewenste norm wordt uitgedragen en de gewenste sociale identiteit saillant wordt.

Een tweede, hiermee verwante mogelijkheid om gedrag te beïnvloeden zijn groepsvergelijkingen. Een algemeen fenomeen is dat men graag positief over de eigen groep denkt. Als de groepsvergelijking positief uitpakt, zal men graag de sociale normen van de groep op zichzelf toepassen. Als deze vergelijking negatief uitpakt, dan zal men doorgaans minder geneigd zijn om zich te conformeren aan de normen van de groep (tenzij men het gevoel heeft dat de negatieve status van de eigen groep berust op onrechtvaardige behandeling; dit roept protestgedrag op, zie hoofdstuk 5).

Ook dit principe kan actief worden toegepast. Recent lieten Rabinovich en collega's zien dat het maken van internationale vergelijkingen een impact kan hebben op milieugedrag (Rabinovich, Morton en Postmes 2008). In vergelijking met de VS zijn de meeste westerse landen relatief 'groen'. Het saillant maken van de VS als vergelijkingsgroep stimuleert dan ook het vertonen van 'groen' gedrag en het houden van groene attitudes. Het saillant maken van Zweden daarentegen ontmoedigt zulk gedrag en attitudes. Het onderzoek liet bovendien zien dat deze effecten toe te schrijven waren aan het effect dat internationale vergelijkingen hebben op het beeld van hoe groen 'wij' zijn. Het is met andere woorden de perceptie van de eigen groep die bepaalt wat we doen.

Overigens is de praktijk van groepsvergelijking lastig. Het is moeilijk vast te stellen hoe bepaalde vergelijkingen uit zullen vallen. Het imago van China bijvoorbeeld is dat van een land met sterk vervuilde steden en sterk vervuilende industrie. In werkelijkheid is de uitstoot van broeikasgassen per hoofd van de bevolking er echter veel minder dan in westerse landen. Zelfs al zou men de inhoud van stereotypen over de andere groep bijzonder goed kunnen voorspellen, is het niet altijd evident op welke dimensie de stereotypen van de eigen groep gecontrasteerd zullen worden: in internationale vergelijkingen erkent men niet alleen verschillen, maar ook overeenkomsten.

De saillantie van groepsidentiteiten kan de invloed van politieke leiders deels verklaren: zij maken vaak gebruik van categorisatie en groepsvergelijkingen. Hierbij

doen zij doorgaans veel meer dan alleen maar vergelijkingen maken: ze vullen de karakteristieken van 'hen' zoveel mogelijk in het voordeel van de eigen partij in. Zo kunnen radicale islamisten aan invloed winnen op het moment dat zij erin slagen om de VS tot 'de grote satan' te benoemen en zo won George Bush aan politieke invloed wanneer hij over terrorisme sprak. In Nederland proberen politieke leiders eveneens winst te behalen uit het oproepen van een vijandbeeld, bijvoorbeeld door het gevaar van de islamisering van onze maatschappij te benadrukken. Leiders worden hiermee 'identiteits-entrepreneurs', die actief wij/zij-vergelijkingen oproepen en creëren om hun eigen positie te versterken (Reicher en Hopkins 2001).

Feedback en groepsprocessen in kleine kring

Een directere methode om normverandering te bewerkstelligen is het verschaffen van feedback over wat anderen vinden en wat anderen doen. Dergelijke feedback vinden mensen vaak informatief en heeft een substantiële invloed op hun attitudes en gedrag. Een bijzondere ontwikkeling in dit verband is de mogelijkheid om via computers specifieke (en persoonlijke) feedback te verschaffen aan individuen. Uit onderzoek blijkt dat op deze wijze verstrekte normatieve feedback een groot effect op gedrag kan hebben (Carey et al. 2007; Neighbors, Larimer en Lewis 2004).¹³

Veel ideële reclames lijken echter het tegenovergestelde principe te gebruiken. Om de morele boodschap te bekrachtigen wordt vaak het probleem zwaar aangezet. De descriptieve en injunctieve norm lijken nu tegengesteld. Zoals hierboven al werd aangegeven: de SIRE-campagne meldt ons dat 95 procent van de Nederlanders zich asociaal gedraagt. Hiermee verspreidt de campagne echter onbedoeld descriptieve informatie: Nederlanders zijn aso's! Deze informatie zou best een effect kunnen hebben dat tegengesteld is aan de bedoeling van SIRE, vooral omdat deze goed past bij het stereotiepe beeld van de Nederlander als nogal lomp en onbeschoft. Het zou beter zijn geweest om te vermelden dat 95 procent van de Nederlanders zich stoort aan dat asociale gedrag, ook al vertonen ze het soms zelf wel eens.

Dat het risico van dergelijke onbedoelde effecten reëel is, blijkt onder meer uit onderzoek van Schultz en collega's (2007). Daarin kregen huishoudens informatie over het energiegebruik van andere huishoudens in hun buurt. Het bleek dat het energiegebruik van mensen die minder energie gebruikten dan het wijkgemiddelde steeg na het lezen van deze normatieve informatie (Schultz et al. 2007). De normatieve boodschap richtte de aandacht op het ongewenste gedrag, dat fungeerde als een standaard die men nastreeft. Hetzelfde bleek ook uit onderzoek naar alcoholgebruik onder studenten. Als men hoort dat anderen meer alcohol drinken, neemt het alcoholgebruik van de betreffende persoon toe. Dit zogenaamde 'boemerangeffect' kan overigens worden tegengegaan door naast de descriptieve norm ook injunctieve norminformatie te geven (Schultz et al. 2007), waardoor mensen zich beloond voelen voor normconform gedrag.

Ook participatie in kleinschalige of grootschalige discussies kan een sterk effect hebben op het ontstaan of veranderen van sociale normen. In dergelijke discussies hebben mensen vaak de sterke wens niet buiten de groep te vallen. Daardoor treedt doorgaans accommodatie op. Deze wederzijdse aanpassing kan, in combinatie met een zekere mate van groeps polarisatie, leiden tot scherpe gedragsverandering. Zulke discussies kunnen steeds laagdrempelig op internet worden georganiseerd, maar ook op scholen, in verenigingen of in vergaderingen in organisaties.

7.6 CONCLUSIE

De primaire bron van normen en hun transformatie ligt niet bij instanties op afstand van de sociale leefomgeving van mensen, maar juist in die leefomgeving zelf. Normen ontstaan en veranderen als gevolg van – vaak alledaagse – sociale interactie en de groepsidentiteiten die daarbij worden gevormd. Dat is de belangrijkste conclusie die men kan trekken uit het onderzoek dat is besproken in dit hoofdstuk. Normen en groepsidentiteit zijn onlosmakelijk met elkaar verweven. Het zijn welhaast twee zijden van dezelfde medaille. Wie wil begrijpen hoe normen ontstaan of veranderen, dient te vertrekken bij de groep en haar identiteit.

Voor de overheid leidt deze kennis tot zowel beperkingen als nieuwe kansen. Beperkingen, omdat hierdoor mede wordt verklaard waarom persuasieve communicatie door de overheid vaak zulke geringe effecten blijkt te hebben. Cruciaal is de vraag of, en zo ja hoe, dergelijke communicatie beïnvloedt hoe mensen in hun onderlinge gesprekken normen formeren of herzien. Alleen als de boodschap een plaats krijgt in de dagelijkse conversatie is er kans op duurzaam effect. Maar deze kennis biedt ook nieuwe kansen, omdat groepsprocessen zich hier aandienen als potentieel aangrijpingspunt voor beïnvloeding. Door de saillantie van groepsidentiteiten te verhogen, door vergelijkingen tussen groepen te maken, door feedback te geven over de keuzes van (andere) groepsleden of door participatie in groepsdiscussies te stimuleren kunnen normen in principe worden beïnvloed.

Meer algemeen bevestigen de onderzoekenresultaten die besproken zijn in dit hoofdstuk het belang van dialoog. Het ontstaan en de transformatie van normen zijn onlosmakelijk verbonden aan het proces van communiceren. De sociale netwerken waarin het individu is ingebed zijn een klankbord voor het vormen, toetsen en verspreiden van normen. Alleen door interactie met anderen kan een mens zich oriënteren op de eigen normen en op die van anderen. Wat de uitkomst van deze oriëntatie is, staat nooit vast. Dialoog en interactie zijn geen garantie voor het goede, noch een bakermat van het kwade. Ze kunnen zowel leiden tot consensus als tot polarisatie. Dit stelt een overheid voor ingewikkelde vragen: stelt ze zich op als actieve speler in het normatieve domein, tussen verschillende groepen en vormt ze zo een van de vele gesprekspartners waaruit het individu kan

kiezen? Of beperkt zij zich tot een rol als bewaker van de ruimte waarin dialoog en interactie plaatsvinden? Moet polarisatie als gunstig of ongunstig worden beschouwd? De sociaalpsychologie kan helpen antwoorden op deze vragen te formuleren.

NOTEN

- 1 Deze bijdrage werd deels mogelijk gemaakt door een subsidie van de Britse Economic and Social Research Council, subsidie RES-062-23-0135.
- 2 Auteurs als Lewin en Schein werden ongetwijfeld beïnvloed door hun ervaringen. Lewin schreef zijn werken in een tijd waarin totalitaire regimes in Europa de macht namen en Scheins verandermanagement was gebaseerd op zijn ervaringen met martelen van gevangenen in de Korea-oorlog. (Zie Schein 2006).
- 3 Het is interessant om op te merken dat de belangrijkste succesfactor van internet in den beginne niet was of gebruikers *access* hadden tot informatie of diensten. Veel belangrijker en consistentere predictor van computer- en internetgebruik was communicatie (Kraut, Mukhopadhyay, Szczypula, Kiesler en Scherlis, 1999). Dit verschaft al een perspectief op de rol van communicatie in veranderingsprocessen.
- 4 Cialdini en Trost geven een heldere omschrijving van het begrip ‘normen’ in de sociale psychologie: “social norms are rules and standards that are understood by members of a group, and that guide/or constrain behavior without the force of a group.” (Cialdini en Trost, 1998: 152).
- 5 Zie bijvoorbeeld het onderzoek naar de invloed van pornografisch materiaal op attitudes en gedrag (Kubey en Donovan, 2001) en recente studies onder Nederlandse jongeren die laten zien dat dergelijk materiaal op internet de seksuele tevredenheid met hun relaties vermindert (Peter en Valkenburg 2009).
- 6 Of *greed* daadwerkelijk *good* is valt te betwijfelen: Boeksy werd later veroordeeld wegens financiële malversaties. Zijn uitspraak is later vereeuwigd in Oliver Stones film *Wall Street*: “Greed is good” is de lijfspreuk van beurshandelaar Gordon Gekko in deze film.
- 7 Voor een uitgebreidere behandeling van gewoontegedrag, zie hoofdstuk 4 in deze bundel.
- 8 In psychologentaal: de *attitude-behaviour link* is klein. Zie ook: Eagly, A. H., en Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Orlando, FL: Harcourt Brace Jovanovich.
- 9 De filosoof John Searle heeft deze gedeelde perceptie van sociale realiteit uitgebreid behandeld. Deze gedeelde perceptie, zo lijkt het, bestaat erin dat jij en ik allebei weten dat, bijvoorbeeld, Hollanders mayonaise bij hun friet eten. Dit model klopt echter niet omdat de verificatie van gedeelde perceptie leidt tot oneindige regressie. Om zeker te weten dat we dezelfde perceptie hebben moet ik weten dat jij weet wat ik weet en moet jij weten dat ik weet dat jij hetzelfde weet enzovoort. Volgens Searle is dit te ingewikkeld voor de menselijke geest. Hij stelt daarom dat percepties van sociale realiteit worden gevormd op groepsniveau: ‘Wij weten’ dat de Hollanders zo zijn. Zie J.R. Searle (1995) *The construction of social reality*.
- 10 Voor een overheid die mikt op grootschalige gedragsverandering is 1 procent natuurlijk onvoldoende. Vanuit commercieel oogpunt is het overigens toch interessant: als 1 procent van de volwassen Nederlanders overstapt op een bepaald merk

tandpasta; dat zou dit een omzetstijging van € 2,5 miljoen per jaar zijn, uitgaande van een prijs van € 3,10 en verbruik van zes tubes per jaar.

- 11 Zie: Postmes et al. 2006; Postmes, Spears en Lea 2000; Postmes et al. 2005b; Postmes et al. 2001b.
- 12 Zie: Thomas, E.F., McGarty, C. en Mavor, K.I (in druk) 'Transforming 'apathy into movement': The role of prosocial emotions in motivating action for social change.' Personality and Social Psychology Review.
- 13 In dit soort onderzoeken worden proefpersonen actief op de hoogte gesteld van wat de groep vindt om te onderzoeken wat de invloed hiervan is op individuele opvattingen.

BIBLIOGRAFIE

- Adarves-Yorno, I., Postmes, T. en Haslam, S.A. (2006) 'Social identity and the recognition of creativity in groups', *British Journal of Social Psychology* 45: 479-497.
- Adarves-Yorno, I., Postmes, T. en Haslam, S.A. (2007) 'Creative innovation or crazy irrelevance? The contribution of group norms and social identity to creative behavior', *Journal Of Experimental Social Psychology* 43: 410-416.
- Alwin, D.F., Cohen, R.L. en Newcomb, T.M. (1991) *Political attitudes over the life span: The Bennington women after fifty years*, Madison, WISC: University of Wisconsin Press.
- Asch, S.E. (1952) *Social psychology*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Becker, J., en de Hart, J. (2006) *Godsdienstige veranderingen in Nederland*. Den Haag: SCP.
- Bliuc, A.M., McGarty, C., Reynolds, K. en Muntele, D. (2007) 'Opinion-based group membership as a predictor of commitment to political action', *European Journal Of Social Psychology* 37: 19-32.
- Carey, K.B., Scott-Sheldon, L.A.J., Carey, M.P. en DeMartini, K.S. (2007) 'Individual-level interventions to reduce college student drinking: A meta-analytic review', *Addictive Behaviors* 32: 2469-2494.
- Cialdini, R.B. (2003) 'Crafting normative messages to protect the environment', *Current Directions in Psychological Science*, 12, 105-109.
- Cialdini, R.B. en Goldstein, N.J. (2004) 'Social influence: Compliance and conformity', *Annual Review Of Psychology* 55: 591-621.
- Cialdini, R.B., Kallgren, C.A. en Reno, R.R. (1990) 'A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce litter in public places', *Journal of Personality and Social Psychology* 58: 1015-1026.
- Cialdini, R.B., Kallgren, C.A. en Reno, R.R. (1991) 'A focus theory of normative conduct: A theoretical refinement and re-evaluation of the role of norms in human behavior', *Advances in Experimental Social Psychology* 24: 201-234.
- Cialdini, R.B. en Trost, M.R. (1998) 'Social influence: Social norms, conformity, and compliance', blz. 151-192, in D. Gilbert, S. Fiske, en G. Lindzey (red.) *The handbook of social psychology*, (4th edition) 2, New York: McGraw-Hill.
- Cress, U. (2005) 'Ambivalent effect of member portraits in virtual groups', *Journal of Computer Assisted Learning* 21: 281-291.
- Deutsch, M. en Gerard, H.B. (1955) 'A study of normative and informational social influences upon individual judgement', *Journal of Personality and Social Psychology* 51: 629-636.
- Dunbar, R. (1998) *Grooming, gossip, and the evolution of language*, Cambridge, MASS.: Harvard University Press.
- Dunbar, R.I.M. (1993) 'Coevolution of neocortical size, group-size and language in humans', *Behavioral and Brain Sciences* 16: 681-694.
- Emler, N. (1990) 'A social psychology of reputation', *European Review of Social Psychology* 1: 171-193.

- Erikson, K.T. (1966) *Wayward puritans: A study in the sociology of deviance*, New York: Wiley.
- Giles, H., Coupland, N. en Coupland, J. (1991) 'Accommodation theory: Communication, context, and consequence', blz. 1-68 in H. Giles en J. Coupland (red.), *Contexts of accommodation: Developments in applied sociolinguistics*, New York: Cambridge University Press.
- Goldstein, N.J. Cialdini, R.B., en Griskevicius, V. (2008) 'A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels', *Journal of Consumer Research* 35: 472-482.
- Haley, K.J., en Fessler, D.M.T. (2005) 'Nobody's watching? Subtle cues affect generosity in an anonymous economic game', *Evolution and Human Behavior* 26: 245-256.
- Haslam, S.A. (2004) *Psychology in organizations: The social identity approach* (2nd ed.) London: Sage.
- Henrich, J., Boyd, R., Bowles, S., Camerer, C., Fehr, E., Gintis, H. et al. (2005) 'Economic man. In cross-cultural perspective: Behavioral experiments in 15 small-scale societies', *Behavioral and Brain Sciences* 28: 795-815.
- Hogg, M.A. (2001) 'A social identity theory of leadership', *Personality and Social Psychology Review* 5: 184-200.
- Keizer, K., Lindenberg, S. en Steg, L. (2008) 'The spreading of disorder', *Science* 322: 1681-1685.
- Klein, N. (2007) *The shock doctrine: The rise of disaster capitalism*. New York: Metropolitan Books.
- Kubey, R. en Donovan, B.W. (2001) 'Media and the family', blz. 323-339 in J.L. Singer (red.), *Handbook of children and the media*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kraut, R., Mukhopadhyay, T., Szczypula, J., Kiesler, S. en Scherlis, B. (1999) 'Information and communication: Alternative uses of the internet in households', *Information Systems Research* 10: 287-303.
- Larimer, M.E., Turner, A.P., Mallett, K.A. en Geisner, I.M. (2004) 'Predicting drinking behavior and alcohol-related problems among fraternity and sorority members: Examining the role of descriptive and injunctive norms', *Psychology of Addictive Behaviors* 18: 203-212.
- Lea, M., Spears, R. en De Groot, D. (2001) 'Knowing me, knowing you: Anonymity effects on social identity processes within groups', *Personality and Social Psychology Bulletin* 27: 526-537.
- Lee, E.J. (2004) 'Effects of visual representation on social influence in computer-mediated communication', *Human Communication Research* 30: 234-259.
- Lewin, K. (1947) 'Group decision and social change', blz. 330-344 in T.M. Newcomb en E.L. Hartley (red.) *Readings in social psychology*, New York: Holt, Rinehart en Winston.
- Lewin, K. (1948) *Resolving social conflicts*, New York: Harper.
- Lindenberg, S. (2005) 'Smart norms: How do they work and does the school have an important function for making them work?', blz. 85-107 in W. Veugelers en M.H. Bosman (red.) *De strijd om het curriculum*, Leuven-Apeldoorn: Garant.

- Lindenberg, S. en Steg, L. (2007) 'Normative, gain and hedonic goal-frames guiding environmental behavior', *Journal of Social Issues* 63 (1): 117-137.
- Marques, J.M., Abrams, D., en Serodio, R.G. (2001) 'Being better by being right: Subjective group dynamics and derogation of in-group deviants when generic norms are undermined', *Journal of Personality and Social Psychology* 81: 436-447.
- Marques, J.M., Yzerbyt, V.Y. en Leyens, J.P. (1988) 'The black sheep effect - extremity of judgments towards ingroup members as a function of group identification', *European Journal of Social Psychology* 18: 1-16.
- McGarty, C., Yzerbyt, V.Y. en Spears, R. (2002) *Stereotypes as explanations: The formation of meaningful beliefs about social groups*, Cambridge: Cambridge University Press.
- McGuire, W.J. (1986) 'The myth of massive media impact: Savagings and salvagings', *Public communication and behavior* 1: 173-257.
- Mela, C.F., Gupta, S. en Lehmann, D.R. (1997) 'The long-term impact of promotion and advertising on consumer brand choice', *Journal of Marketing Research* 34: 248-261.
- Neighbors, C., Larimer, M.E. en Lewis, M.A. (2004) 'Targeting misperceptions of descriptive drinking norms: Efficacy of a computer-delivered personalized normative feedback intervention', *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 72: 434-447.
- Newson, L., Postmes, T., Lea, S.E.G. en Webley, P. (2005) 'Why are modern families small? Toward an evolutionary and cultural explanation of the demographic transition', *Personality and Social Psychology Review* 9: 360-375.
- Newson, L., Postmes, T., Lea, S.E.G., Webley, P., Richerson, P.J. en McElreath, R. (2007) 'Influences on communication about reproduction: The cultural evolution of low fertility', *Evolution and Human Behavior* 28: 199-210.
- Noelle-Neumann, E. (1974) 'The spiral of silence: A theory of public opinion', *Journal of Communication* 24: 43-51.
- Nolan, J., Schultz, P.W., Cialdini, R.B., Griskevicius, V. en Goldstein, N. (2008) 'Normative social influence is underdetected', *Personality and Social Psychology Bulletin* 34: 913-923.
- Norenzayan, A. en Shariff, A.F. (2008) 'The origin and evolution of religious prosociality', *Science* 322: 58-62.
- Oakes, P.J. (1987) 'The salience of social categories', blz. 117-141 in J. C. Turner, M.A. Hogg, P.J. Oakes, S. Reicher en M.S. Wetherell (red.) *Rediscovering the social group: A self-categorisation theory*, Oxford, England: Basil Blackwell.
- Peter, J. en Valkenburg, P.M. (2009) 'Adolescents' exposure to sexually implicit materials and sexual satisfaction: A longitudinal study', *Journal of Communication* 35: 171-194.
- Postmes, T. (2009) 'Understanding how groups form and societies transform: Communication, identity and social reality', *Inaugural lecture*. University of Groningen.
- Postmes, T., Baray, G., Haslam, S.A., Morton, T. en Swaab, R.I. (2006) 'The dynamics of personal and social identity formation', blz. 215-236 in T. Postmes en J. Jetten (red.), *Individuality and the group: Advances in social identity*, London: Sage.
- Postmes, T., Haslam, S.A. en Swaab, R.I. (2005a) 'Social influence in small groups: An interactive model of social identity formation', *European Review of Social Psychology* 16: 1-42.

- Postmes, T. en Spears, R. (1998) 'Deindividuation and anti-normative behavior: A meta-analysis', *Psychological Bulletin* 123: 238-259.
- Postmes, T., Spears, R. en Cihangir, S. (2001a) 'Quality of decision making and group norms', *Journal of Personality and Social Psychology* 80: 918-930.
- Postmes, T., Spears, R. en Lea, M. (2000) 'The formation of group norms in computer-mediated communication', *Human Communication Research* 26: 341-371.
- Postmes, T., Spears, R., Lee, T. en Novak, R. (2005b) 'Individuality and social influence in groups: Inductive and deductive routes to group identity', *Journal of Personality and Social Psychology* 89: 747-763.
- Postmes, T., Spears, R., Sakhel, K. en De Groot, D. (2001b) 'Social influence in computer-mediated communication: The effects of anonymity on group behavior', *Personality and Social Psychology Bulletin* 27: 1242-1254.
- Pronin, E. (2008) 'How we see ourselves and how we see others', *Science* 320: 1177-1180.
- Rabinovich, A., Morton, T.M. en Postmes, T. (2008) *Collective self and individual choice: The effects of intergroup comparative context on individual values and behavioral intentions*, Manuscript Submitted for Publication.
- Reicher, S. en Hopkins, N. (2001) *Self and nation*, London: Sage.
- Reicher, S., Spears, R. en Postmes, T. (1995) 'A social identity model of deindividuation phenomena', blz. 161-198 in W. Stroebe en M. Hewstone (red.), *European review of social psychology* 6, Chichester: Wiley.
- Reicher, S., Stott, C., Cronin, P. en Adang, O. (2004) 'An integrated approach to crowd psychology and public order policing', *Policing: An International Journal of Police Strategies en Management* 27: 558-572.
- Rivis, A. en Sheeran, P. (2003) 'Descriptive norms as an additional predictor in the theory of planned behaviour: A meta-analysis', *Current Psychology* 22: 218-233.
- Rogers, E. (2003) *Diffusion of innovations* (5th ed.) New York: Simon en Schuster.
- Rothschild, J. en Miethe, T.D. (1999) 'Whistle-blower disclosures and management retaliation - the battle to control information about organization corruption', *Work and Occupations* 26: 107-128.
- Schein, E.H. (2006) 'From brainwashing to organizational therapy: A conceptual and empirical journey in search of 'systemic' health and a general model of change dynamics. A drama in five acts', *Organization Studies* 27: 287-301.
- Schein, E.H. (1985) *Organizational culture and leadership*, San Francisco: Jossey-Bass.
- Schein, E.H., en Bennis, W.G. (1965) *Personal and organizational change through group methods*, New York: John Wiley.
- Schultz, P.W., Nolan, J., Cialdini, R., Goldstein, N. en Griskevicius, V. (2007) 'The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms', *Psychological Science* 18: 429-434.
- Searle, J.R. (1995) *The construction of social reality*, London: Penguin.
- Sherif, M. (1961) *Intergroup conflict and cooperation: The robbers cave experiment*, New York: Harper en Row.
- Smith, J.R. en Louis, W.R. (2008) 'Do as we say and as we do: The interplay of descriptive

- and injunctive group norms in the attitude-behaviour relationship', *British Journal of Social Psychology* 47: 647-666.
- Spears, R. en Lea, M. (1994) 'Panacea or panopticon? The hidden power in computer-mediated communication', *Communication Research* 21: 427-459.
- Stott, C., Adang, O., Livingstone, A. en Schreiber, M. (2007) 'Variability in the collective behaviour of England fans at Euro2004: 'hooliganism', public order policing and social change', *European Journal of Social Psychology* 37: 75-100.
- Stott, C., Adang, O., Livingstone, A. en Schreiber, M. (2008) 'Tackling football hooliganism – a quantitative study of public order, policing and crowd psychology', *Psychology Public Policy and Law* 14: 115-141.
- Tajfel, H. (1978) 'Interindividual behaviour and intergroup behaviour', blz. 27-60 in H. Tajfel (red.), *Differentiation between groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*, London: Academic Press.
- Tajfel, H. en Turner, J.C. (1986) 'The social identity theory of intergroup behavior', blz. 7-24 in S. Worchel en W.G. Austin (red.), *The psychology of intergroup relations* (2nd ed.) Chicago, IL: Nelson-Hall.
- Tanis, M. en Postmes, T. (2005) 'A social identity approach to trust: Interpersonal perception, group membership and trusting behavior', *European Journal of Social Psychology* 35: 413-424.
- Tanis, M. en Postmes, T. (2007) 'Two faces of anonymity: Paradoxical effects of cues to identity' in CMC. *Computers in Human Behavior* 23: 955-970.
- Tanis, M. en Postmes, T. (in druk) 'Cues to identity in online dyads: Effects of interpersonal vs. Intragroup perceptions on performance', *Group Dynamics*.
- Terry, D.J. en Hogg, M.A. (1996) 'Group norms and the attitude-behavior relationship: A role for group identification', *Personality and Social Psychology Bulletin* 22: 776-793.
- Terry, D.J., Hogg, M.A. en McKimmie, B.M. (2000) 'Attitude-behaviour relations: The role of in-group norms and mode of behavioural decision-making', *British Journal of Social Psychology* 39: 337-361.
- Terry, D.J., Hogg, M.A. en White, K.M. (1999) 'The theory of planned behaviour: Self-identity, social identity and group norms', *British Journal of Social Psychology* 38: 225-244.
- Turner, J.C. (1987) 'A self-categorization theory', blz. 42-67 in J.C. Turner, M.A. Hogg, P.J. Oakes, S. Reicher en M.S. Wetherell (red.), *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*, Oxford: Basil Blackwell.
- Turner, J.C. (1991) *Social influence*, Milton Keynes, UK: Open University Press.
- Zimbardo, P.G. (1969) 'The human choice: Individuation, reason, and order vs. Deindividuation, impulse and chaos', blz. 237-307 in W.J. Arnold en D. Levine (red.) *Nebraska symposium on motivation* 17, Lincoln, NE: University of Nebraska Press.

8 CUE POWER: GEDRAGSSTURING VIA DE OMGEVING

Siegwart Lindenberg en Diederik A. Stapel

Er is een grote kans dat opportunistisch gedrag, agressie op straat, hufterigheid, hebberigheid en vervuilend gedrag niet zullen afnemen maar toenemen. Voor een deel zal dat te wijten zijn aan invloeden vanuit de fysieke omgeving. Eén mogelijkheid om deze problemen tegen te gaan is dan ook gedrag via de omgeving te sturen.

Dat is het onderwerp van dit hoofdstuk. Hierin zullen we uiteenzetten via welke psychologische mechanismen signalen in de fysieke omgeving invloed uitoefenen op het gedrag van mensen en geven we aan hoe de overheid daarvan gebruik kan maken om ongewenst en normoverschrijdend gedrag tegen te gaan. Deze vorm van sturing is een andere aanpak dan de gebruikelijke. Vaak tracht de overheid het gedrag van burgers te beïnvloeden door middel van regelgeving en prikkels (belonen/straffen). Dus als blijkt dat autorijders in groten getale te hard door de bebouwde kom rijden, moeten flitspalen en boetes ervoor zorgen dat ze zich aan de snelheidslimiet houden. Nu zijn regelgeving en prikkels zeker effectieve instrumenten om het gedrag van mensen te beïnvloeden, maar ze zijn zeer afhankelijk van de aanwezigheid en kwaliteit van het toezicht en ze werken niet altijd. Menselijk gedrag is immers niet altijd slechts gedreven door kosten-batenanalyses die door belonen of straffen te beïnvloeden zijn. Daarom is het belangrijk om ook naar alternatieve manieren te zoeken om het gedrag van mensen te sturen. In dit hoofdstuk zullen wij enkele onderzoeksresultaten bespreken waaruit blijkt dat een veelbelovende – en relatief weinig gebruikte – manier om gedrag te veranderen en te sturen zich richt op het ‘ontwerp van de omgeving’. Omgevingen kunnen gedrag zeer negatief beïnvloeden, en daarom is het soms beter de omgeving zelf anders in te richten dan via boetes mensen te dwingen tot gedragsverandering.

8.1 DE KRACHT VAN DE OMGEVING

Het uitgangspunt van sturing via de omgeving is simpel: menselijk gedrag vindt per definitie altijd ‘ergens’ plaats, in een bepaalde omgeving. Je bent thuis of op het schoolplein; je woont in een grote stad of in een dorp; je werkt in een kantoorruimte of je hebt je eigen kamer; je koopt iets in de buurtsuper of in de Albert Heijn XL. Elke omgeving heeft een bepaald ontwerp en een aantal unieke karakteristieken, en die zijn vaak automatisch verbonden aan ideeën over welk gedrag bij deze omgeving past, wat de meeste mensen doen en niet doen, wat hoort en niet hoort, enzovoort. Met andere woorden: elke omgeving zendt gedragsrelevante signalen uit. Elke omgeving heeft *cue power* en kan zo gedrag beïnvloeden.

Zo blijkt bijvoorbeeld uit verkiezingsonderzoek van Berger et al. (2008) dat mensen die hun stem uitbrengen in een stemhokje in een school eerder geneigd zijn om voor onderwijsvernieuwingen te stemmen dan mensen die hun stem uitbrengen in een kerk. En mensen die stemmen in een kerk stemmen vaker op confessionele partijen dan mensen die stemmen in een school. Een ander aansprekend voorbeeld van de subtiele kracht van *cue power* is te vinden in onderzoek van Stapel en Wiekens (2009). Deze onderzoekers vonden dat wanneer mensen een creativiteitsstaak (“Wat kun je zoal met een steen?”) moesten uitvoeren in een, sober, kaal, protestants kerkinterieur (denk aan Saenredam) ze met relatief weinig en nauwelijks creatieve oplossingen kwamen (“Een huis bouwen”), terwijl mensen die deze taak uitvoerden in een uitbundig, rijk katholiek kerkinterieur (denk aan Bernini) met relatief veel en behoorlijk creatieve oplossingen kwamen (“Een voetenbankje maken”, “Gebruiken als presse papier”). Het protestants kerkinterieur, zo lieten Stapel en Wiekens in hun onderzoek zien, riep automatisch gedachten op aan soberheid, abstinentie, inhibitie en het onderdrukken van gevoelens; zaken die de creativiteit niet helpen. Het katholieke interieur werd meer geassocieerd met overdaad, gezelligheid en uitbundigheid; zaken die creativiteit stimuleren.

Het stemlokaalonderzoek van Berger et al. (2008) en het kerkinterieuronderzoek van Stapel en Wiekens (2009) laten zien dat het strategisch ontwerpen van de omgeving wellicht een alternatief kan bieden voor gedragsbeïnvloeding via prikkels of belonen en straffen. In het verkeersbeleid is deze gedachte al effectief doorgevoerd door waar het mogelijk is kruispunten te vervangen door rotondes. De fysieke vormgeving van een rotonde heeft een subtiele en automatische invloed op het gedrag van automobilisten. Een rotonde dwingt automobilisten snelheid te minderen en goed op te letten en maakt met hoge snelheid rechtdoor rijden of de bocht ingaan bijna onmogelijk. Op deze manier beïnvloedt het ontwerp van de omgeving, veelal onbewust, de relatieve kosten van hard/zacht rijden, risico nemen/mijden, bestemming snel/minder snel bereiken zonder dat sancties daarbij een rol spelen. Een ander (wellicht overbekend) voorbeeld van hoe omgevingsontwerp gedrag sanctieloos beïnvloedt en waar de meeste mensen dagelijks mee geconfronteerd worden is de schapindeling in winkels en supermarkten. Producten op ooghoogte worden eerder opgemerkt, zijn makkelijker bereikbaar en worden daarom sneller gekocht dan producten waarvoor men heel sterk omhoog of omlaag moet kijken (zie onder anderen Drèze et al. 1994).

Thaler en Sunstein (2008) noemen deze manier van gedragsbeïnvloeding *nudge* (duwtje). Men kan de omgeving zo ontwerpen dat gewenst gedrag een duwtje in de rug krijgt. Dus, als men (of de overheid) wil dat consumenten meer milieuvriendelijke producten kopen is een eenvoudige en simpele oplossing: zorgen dat deze producten op ooghoogte, makkelijk bereikbaar worden aangeboden (in plaats van in het ‘groene schap’ ergens in een klein hoekje van de winkel, zie Meijers en

Stapel 2009). In dit hoofdstuk gaan wij echter verder dan het *nudge*-concept zoals geformuleerd door Thaler en Sunstein (2008). Bij hen gaat het om de vraag hoe je mensen, gegeven hun doelen en normen, subtiel kunt 'duwen' in de richting van een keuze waarvan is besloten (bijvoorbeeld door de overheid) dat die het 'verstandigst' is. De strategie die Thaler en Sunstein voorstellen, is de omgeving zo in te richten dat de (onbewuste) kostenrekening gunstig uitvalt. In het supermarktvoorbeeld bijvoorbeeld hoeven mensen voor een milieuvriendelijke keuze minder (fysieke) moeite te doen dan voor een milieubelastende. In dit hoofdstuk gaan we echter een stap verder. We laten zien dat de omgeving niet alleen gedrag kan sturen door manipulatie van de relatieve kosten om een bepaald doel te realiseren. De omgeving kan óók beïnvloeden welk *doel* mensen nastreven of aan welke *normen* zij zich conformeren. Zij beïnvloedt dus niet enkel de hoogte van een der kostenposten in de rekening, maar meer fundamenteel welk type kosten überhaupt in de rekening worden meegenomen. Bijvoorbeeld, iemand in een park die zojuist een ijsje heeft uitgepakt zou wellicht uit gemakzucht het papiertje gewoon laten vallen. Als hij echter ziet dat er door een schoonmaakkploeg net wordt opgeruimd, wordt daardoor – ook zonder sancties – het doel zich volgens de normen te gedragen versterkt en het doel te kiezen voor het eigen gemak verzwakt. De kans dat hij het papiertje in zijn zak steekt en niet laat vallen wordt dan aanzienlijk hoger (Cialdini et al. 1990).

Psychologisch mechanisme achter cue power

Het mechanisme dat ten grondslag ligt aan het effect van *cue power*, is dat van automatische activering van mentale concepten (zie bijvoorbeeld Bargh et al. 2001; Kay and Ross 2003; Förster and Liberman 2007; Lindenberg 2008). Mensen beschikken over een grote range aan mentale concepten zoals doelen, normen, attitudes, stereotypen, en verwachtingen die hun gedrag kunnen beïnvloeden. Deze mentale concepten zijn echter niet allemaal tegelijk actief, integendeel. Op elk willekeurig moment zijn de meeste latent en is slechts een kleine deelverzameling actief. Mentale concepten zoals doelen, normen of stereotypen verschillen dus in de mate waarin zij geactiveerd zijn. Dat is maar goed ook, want anders zouden terwijl je een drukke straat oversteeft dezelfde mentale concepten actief zijn als wanneer je een boek leest of de afwas doet. Het is duidelijk dat deze handelingen de activiteit van verschillende mentale concepten vereisen en dat simultane activering van verschillende concepten tot conflict leidt.

Cruciaal is nu dat doelen, normen of stereotypen alleen invloed hebben op iemands gedrag als zij (voldoende) cognitief geactiveerd zijn (of, zoals ook wel wordt gezegd: als ze saillant zijn). Een dergelijke activering kan geschieden als reactie op een signaal in de persoon zelf (bijvoorbeeld een hongergevoel activeert het doel om iets te eten) of in reactie op een externe *cue* (bijvoorbeeld een schoolomgeving activeert het doel te stemmen voor onderwijsvernieuwingen). De externe *cue* kan dus van alles zijn, variërend van de schapindeling in de super-

markt, de vormgeving van de openbare ruimte, de inrichting van een kerk, het gedrag van mensen om je heen, het sociale klimaat (vriendelijk/vijandig, markt/gemeenschap), de groep waarin je door anderen wordt geplaatst (bijvoorbeeld ‘allochtoon’). En zoals gezegd, vaak verloopt het activeringsproces onbewust. Bepaalde mentale inhouden kunnen cognitief worden geactiveerd zonder dat iemand het zich realiseert, zoals in het onderzoek van Berger et al. (2008), waarin bleek dat de locatie van een stemhokje invloed kan hebben op de stemvoorkeur.

Nu zou het geen verschil maken voor iemands gedrag welke van zijn doelen, normen, attitudes enzovoort worden geactiveerd, als die alle onveranderlijk zouden leiden tot hetzelfde gedrag. Als bij iemand *alle* doelen, normen en attitudes consistent zijn, maakt het minder uit welke door de omgeving wordt geactiveerd. Maar zo zitten mensen niet in elkaar. Ieder mens kent vele onderling strijdige doelen, normen, attitudes et cetera. Mensen willen bijvoorbeeld iets goeds doen voor het milieu, maar ze willen ook goedkoop uit zijn. Juist in gevallen waarin er sprake is van strijdige gedragsopties wordt van belang welke doelen, normen, attitudes, stereotypen of verwachtingen zijn geactiveerd op het feitelijke moment dat men moet kiezen tussen A of B. Het is dan de *cue power* van de omgeving die de doorslag kan geven.

In de volgende paragrafen zullen we een aantal voorbeelden bespreken van omgevingsgestuurde gedragsbeïnvloeding. Hierbij richten we ons allereerst en vooral op de activering en deactivering van normen. Aangezien normen een sterk effect op het gedrag van mensen hebben (zie onder anderen Sherif 1965; Cialdini et al. 1990), lijkt beïnvloeding hiervan via de omgeving het veelbelovendst voor gedragssturing. Daarna gaan we – iets korter – in op de activering van doelen en stereotypen, en vervolgens besteden we nog aandacht aan de vraag wat mensen meer of minder gevoelig maakt voor de automatische beïnvloeding door de omgeving. Het hoofdstuk eindigt tot slot met een antwoord op de vraag wat deze onderzoeksbevindingen kunnen betekenen voor het overheidsbeleid.

8.2 NORMEN

8.2.1 ACTIVERING

Normen behoren tot de belangrijkste sturingsmechanismen voor gedrag, vooral als ze geïnternaliseerd zijn en dus als persoonlijk bindend worden gezien. Echter, zelfs geïnternaliseerde normen beïnvloeden gedrag niet als ze onvoldoende zijn geactiveerd (Cialdini et al. 1990). Persoonlijk belangrijke, geïnternaliseerde normen zijn waarschijnlijk wel voortdurend licht geactiveerd, maar niet zo sterk dat ze onmiddellijke relevantie hebben voor het gedrag. Zij helpen dus wel bij het signaleren of herkennen van normatief gedrag (gedrag dat door de samenleving of

een bepaalde groep als ‘wenselijk gedrag’ wordt gezien) respectievelijk antinormatief gedrag (gedrag dat door de samenleving of een bepaalde groep als ‘onwenselijk’ wordt gezien), maar zijn vaak onvoldoende sterk geactiveerd om gedrag aan te sturen.

Dus, als men ziet dat een voorbijganger op straat valt en zich pijnlijk bezeert, helpt een licht geactiveerde norm de toeschouwer aan te geven dat hier eigenlijk hulp nodig is. Dat is al heel wat, maar het is onvoldoende om daadwerkelijk in actie te komen. Immers: andere, even relevante overwegingen zullen waarschijnlijk ook strijden om aandacht in het hoofd van de toeschouwer, zoals: “waarom zou ik helpen, als niemand anders dat doet?”, “keuren anderen het af als ik niet help?”, “ben ik wettelijk verplicht om te helpen?” (zie Latané en Darley 1970). Daarentegen, als de norm om iemand in nood te helpen in deze situatie cognitief zeer sterk geactiveerd is, worden die andere overwegingen naar de achtergrond gedrukt en schiet men te hulp. De kracht van situationeel geactiveerde normen is zelfs zo sterk dat dergelijk normgestuurd gedrag niet erg gevoelig is voor de verschillende hoogten van kosten: je doet het omdat het moet, niet omdat het je iets oplevert of kost om het niet te doen (zie Heyman and Ariely 2004).

Een belangrijke vraag is dus wat ervoor zorgt dat geïnternaliseerde normen zo sterk geactiveerd worden dat ze het gedrag gaan sturen. Een algemeen antwoord is: een *sociale* omgeving. Het zien van ‘mensen’ is vaak voldoende om sociale (menselijke) normen te activeren – mits die mensen niet tot de vijand, een ‘outgroup’ behoren. Als mensen andere mensen zien, wordt de activering van situatie-relevante normen vanzelf hoger. Dus, omgevingen waar weinig of geen mensen aanwezig zijn, zijn tevens omgevingen die het waarschijnlijker maken dat mensen zich niet aan sociale normen houden. Dit zijn sociaal ‘lege’ omgevingen (Joly et al. 2008), zoals parkeergarages, kantoorgebouwen in het weekeinde, straten en bushokjes ’s nachts, lange gangen in hotels, enzovoort. In dergelijke, sociaal lege, omgevingen zal de kans op afwijkend gedrag toenemen en zullen mensen zich niet veilig voelen.

Het effect dat een omgeving waarin ‘anderen’ duidelijk normatief gedrag vertonen de eigen bereidheid om zich aan normen te houden verhoogt, kan nog eens worden versterkt naarmate men deze anderen belangrijker vindt, zoals ouders en vrienden (Stapel et al. in druk) of rolmodellen (Lindenberg et al. in druk). Significante anderen hebben nu eenmaal meer invloed op gedrag dan onbekende, onbelangrijke anderen. Daarom is een belangrijke voorwaarde voor omgevingsgestuurde activering van normen niet alleen dat omgevingen ‘sociaal’ (bemenst) zijn, maar ook dat mensen zich verbonden voelen met de aanwezige anderen in zo’n omgeving. In buurten, organisaties, steden, bedrijven met een sterk cohesieve cultuur vindt men eerder effecten van het normatieve voorbeeldgedrag van anderen dan wanneer de sociale cohesie zwak is (zie Kuenzi en Schminke 2009).

De groepscontext waarin normatief voorbeeldgedrag van anderen plaatsvindt, is dus zeer belangrijk. In cohesieve groepen gaan mensen ervan uit dat alle groepsleden het belangrijk vinden dat men zich aan normen houdt. Dit verhoogt vervolgens de kans dat men zich zelf aan normen houdt. Dit fenomeen wordt mooi geïllustreerd in een experiment van Rutkowski et al. (1983). Eerder liet een beroemde serie van experimenten van Latané en Darley (1970) de paradoxale uitkomst zien dat hoe meer mensen bij een ongeluk toekijken, hoe minder er geholpen wordt. Rutkowski et al. hebben aangetoond dat dit effect afhangt van of die anderen 'vreemden' of 'bekenden' zijn. Rutkowski et al. brachten groepjes van bekenden of vreemden bij elkaar in een onderzoeksruijnte. Twee minuten nadat de experimentator het groepje alleen had gelaten (om even iets te regelen), hoorden de groepsleden het geluid van iemand die in de kamer ernaast van een ladder viel en schreeuwde "O God, mijn enkel... ik kan hem niet bewegen... o mijn... voet... ik... kan dat ding niet omhoog tillen... het ligt op mij..." De vraag was of de proefpersonen naar de andere kamer zouden gaan om te kijken of ze konden helpen. Rutkowski et al. vonden dat bij een groepje bekenden het percentage dat ging helpen bijna drie keer zo hoog was als bij een groepje vreemden. Bovendien werd uit een vragenlijst duidelijk dat leden van de bekendengroep er veel vaker van uitgingen dat de anderen in de groep ook zouden helpen dan leden van de vreemden-groep. Dus het *free rider*-effect geldt vooral voor groepen die uit vreemden bestaan. De gedachte "anderen helpen wel" verlaagt de kans dat men zelf gaat helpen. In groepen die uit bekenden bestaan vindt het tegenovergestelde plaats. In dergelijke groepen impliceert de gedachte "anderen helpen wel" dat anderen (de norm) helpen belangrijk vinden en dit verhoogt de kans dat men zelf gaat helpen (normatief gedrag vertoont). Mensen die in de omgeving van een cohesieve, sociale groep leven, hebben het daarom makkelijker om zich aan sociale normen te houden. Het sociale klimaat heeft dus een belangrijke invloed.

Het normsturende effect van 'sociale omgevingen' zal ook sterker zijn wanneer de 'anderen' in de omgeving duidelijk maken dat zij de relevante normen heel belangrijk vinden. Daarbij is de rol van rolmodellen extra belangrijk. Immers, de kans dat werknemers hun gedrag laten leiden door sociaalnormatieve doelen is veel groter als ze duidelijke aanwijzingen hebben dat hun baas zich laat leiden door dergelijke normen. Als er aanwijzingen zijn dat de baas al zakkenvullend, door winst- en eigenbelang gedreven, door het leven gaat, zullen werknemers zich ook eerder laten leiden door eigen voordeel (Mühlau en Lindenberg 2000). Iemand die in een bibliotheek stil een boek leest vindt waarschijnlijk de norm om niet gestoord te worden belangrijk. Maar dit effect is veel sterker, wanneer men actief aangeeft dat men die norm belangrijk vindt (door bijvoorbeeld steeds geïrriteerd op te kijken als iemand geluid maakt). Zo hebben Cialdini et al. (1990) laten zien dat hoewel schone straten op zich al de bereidheid om vuil op straat te gooien verlagen (omdat een schone straat subtiel impliceert dat vuil op straat gooien niet normatief is – niemand doet het immers), dit effect nog veel sterker is als het opruimen van

straatvuil *zichtbaar* gebeurt. Dit laatste impliceert immers dat men de norm belangrijk vindt (want de straten worden actief schoongemaakt). Het werk van de gemeentereiniging zal dus effectiever zijn wanneer haar activiteiten zichtbaarder zijn. De vuilnisophalddienst zal haar werktijden moeten veranderen en de straten schoonmaken op tijdstippen waarop de meeste mensen op straat zijn; tijdens lunchpauzes en rond een uur of vijf, zes; als mensen thuis komen van hun werk.

Als burgers het gevoel hebben dat de gemeente (overheid) normhandhaving hoog in het vaandel heeft, heeft dat vaak onmiddellijk gevolgen voor hun gedrag. Zo hebben Welsh en Farrington (2008) bijvoorbeeld laten zien dat goed functionerende straatverlichting door burgers wordt gezien als een signaal dat de gemeente normhandhaving en veiligheid serieus neemt en belangrijk vindt. Dit leidt er vervolgens toe dat burgers zich niet alleen 's nachts (wanneer de straatlantaarns aan zijn), maar ook overdag normatiever gaan gedragen. Door het normsignaal van de gemeente worden bij de burgers normen sterker geactiveerd, niet alleen bij degenen die de normen willen overtreden, maar ook bij degenen die willen bijdragen aan normhandhaving (en mensen op hun gedrag aanspreken, verdachte zaken aan de politie doorgeven, enzovoort).

8.2.2 DEACTIVERING

De ironie van het boven beschreven activeringsmechanisme is dat het ook de andere kant uit kan gaan. Mensen worden normatiever als duidelijk is dat anderen normen belangrijk vinden, maar ze worden ook antinormatiever als duidelijk is dat anderen de normen aan hun laars lappen. Als duidelijk is dat anderen bepaalde normen *niet* belangrijk vinden, leidt dit tot de deactivering van die normen. Uit onderzoek van Cialdini et al. (1990) blijkt dat als mensen zien dat anderen papier op straat gooien, de eigen cognitieve activering van de norm "gooi geen rommel op straat" afneemt. Het gevolg hiervan is dat mensen meer geneigd zullen zijn om zelf ook hun rotzooi op straat te gooien.

De negatieve effecten reiken echter verder. Het deactivatie-effect van normdoorbrekend gedrag kan zich uitbreiden naar andere normen. Het zien van specifiek antinormatief gedrag kan leiden tot een algemene normloosheid. Als duidelijk is dat anderen zich niet aan een bepaalde norm houden ("Iedereen gooit vuil op straat"), verhoogt dat de kans dat men zich helemaal niet meer door normen te laat leiden, maar door bijvoorbeeld gemakzucht of winstbejag (zie Lindenberg en Steg 2007). Zo blijkt uit recent onderzoek van Keizer et al. (2008) dat het zien van graffiti de kans verhoogt dat mensen allerlei normen doorbreken. Graffiti is een teken dat mensen zich niet aan de norm houden de muren van anderen niet te beschilderen. Dit deactiveert het belang van sociale normen in het algemeen en verhoogt de relatieve activering van andere doelen, zoals het streven naar persoonlijk gewin of gemak. Dit heet het *cross-norm-inhibition-effect*. Dus als iemand in

een omgeving is waarin anderen zich duidelijk niet aan normen houden (zoals graffiti op de muren, vuil op straat), is het voor deze persoon ook moeilijk om zich zelf aan normen te houden en niet toe te geven aan verleidingen die tegen de normen ingaan.

Keizer et al. (2008) hebben het cross-norm-inhibition-effect onlangs in een aantal verschillende veldexperimenten aangetoond. Zo lieten zij bijvoorbeeld zien dat als een brief uit een brievenbus hangt waarin heel duidelijk 5 euro zit, voorbijgangers twee keer zo vaak de brief stelen als de brievenbus beklad is met graffiti dan als de brievenbus keurig schoon is. Dit effect illustreert hoe de deactivering van normen zich snel kan verspreiden. Iemand ziet graffiti, interpreteert dat als een teken normloosheid en wordt zelf gemakzuchtiger en gooit vuil op straat. Vervolgens ziet een ander dat er afval op straat wordt gegooid en dat verlaagt bij hem of haar de drempel om iets te stelen. Dit inspireert een ander vervolgens om zijn of haar agressie tegen een buurman niet in toom te houden, enzovoort. Doordat het doel zich aan normen te houden zo veel ondersteuning van buitenaf nodig heeft, heeft wanorde dus een neiging om zich uit te breiden. Dit impliceert dat mensen die in een wanordelijke omgeving leven het veel moeilijker hebben dan mensen die in een schone omgeving leven om zich aan normen te houden. Het is hierbij interessant op te merken dat waarschijnlijk het normverzwakkende effect van een normloze omgeving sterker is dan het normversterkende effect van een omgeving waarin mensen zich wel duidelijk aan een norm houden. Dit komt doordat mensen in de meeste gevallen meer gewicht toekennen aan negatieve dan aan positieve informatie in hun omgeving (Fiske 1980).

Dit alles is in versterkte mate het geval als de normbrekers belangrijke personen zijn, zo laat onderzoek van Keizer et al. (in voorbereiding) zien. Uit een scenario-studie bleek dat wanneer werknemers weten dat managers zich op kosten van hun organisatie dure privédinners hebben veroorloofd, ze zich zelf veel minder aan de voorschriften houden die bij hun werk horen dan wanneer ze dit niet weten. En uit een veldexperiment met studenten bleek dat als duidelijk wordt dat hoogleraren hebben gefraudeerd, studenten veel meer vuil op straat gooien dan als het gaat om frauderende studenten. Personen met een hoge status hebben in het algemeen dus veel meer invloed op normovertreding dan lage-statuspersonen. Als men in een omgeving leeft waar de machthebbers veel frauderen (denk bijvoorbeeld aan bepaalde streken in Italië of aan verschillende ontwikkelingslanden) is het veel moeilijker om je volgens de normen te gedragen.

Helaas is het dus zo dat het doel om je aan sociale normen te houden veel steun nodig heeft van de sociale omgeving, om geactiveerd te worden en om geactiveerd te blijven, meer dan egocentrische doelen, zoals het streven naar winst of gemak (Lindenberg en Steg 2007). Met andere woorden, de activering van sociale normen kan door de omgeving worden versterkt, maar ook vrij gemakkelijk worden

verzwakt. Juist dit maakt aandacht voor dit mechanisme zo belangrijk, wanneer het gaat om overheidsbeleid en gedragsbeïnvloeding.

8.3 ACTIVERING VAN DOELEN

Het belangrijkste mechanisme achter de boven beschreven effecten van normde-activering heeft te maken met de vraag welke doelen worden geactiveerd. *Cues* in de omgeving kunnen namelijk niet alleen normen activeren, maar ook doelen. We onderscheiden drie typen van doelen:

- normatieve doelen (zoals rekening houden met anderen, vriendelijk gedrag, anderen helpen, geen rommel maken, troep opruimen of gewoon je gedragen zoals het hoort)';
- hedonistische kortetermijndoelen (zoals uitrusten, geen moeite doen, pret hebben, iets lekkers eten, agressie afreageren of gewoon proberen je nu beter te voelen);
- winstdoelen (zoals geld verdienen, van iemand winnen, status verwerven; maar ook doelen als sparen voor je oude dag of gezond leven, of gewoon ervoor zorgen dat je eigen hulpbronnen toenemen).

De overheid zal in veel gevallen willen bevorderen dat mensen hun gedrag laten leiden door normatieve doelen en niet (of minder) door die andere doelen. *Cue power* kan dat langs twee wegen bevorderen of juist frustreren. Als mensen zien dat een ander een norm overtreedt, verzwakt daardoor de activering van hun doel zich aan normen te houden, ten gunste van het hedonistische of winstdoel. Hedonistische of winstdoelen worden dan als het ware *indirect* geactiveerd, met als gevolg dat normatief gedrag uitblijft.

Er zijn echter ook vele omgevingscues die hedonistische of winstdoelen *direct* kunnen activeren en zo normatief gedrag kunnen verhinderen. Zo activeren viscerale cues (vaak zijn dat aantrekkelijke of juist heel onaantrekkelijke dingen) vaak automatisch een hedonistisch doel, waardoor het tijdspectief wordt verkort en mensen ongeduldiger worden. Dit blijkt onder andere uit onderzoek van Li (2008), die liet zien dat als mensen in hun omgeving lekker gebak ruiken, ze ook met betrekking tot financiële beloningen ongeduldig en kortzichtig worden. Ook het zien van mooie dingen in etalages kan leiden tot een sterke activering van hedonistische doelen (kopen, kopen, kopen), wat een direct gevolg kan hebben voor het omgaan met schulden. Zo lieten Van den Bergh et al. (2008) bijvoorbeeld zien dat als mannen foto's van mooie vrouwen in bikini's te zien krijgen, ze zich ook in financiële transacties hedonistischer (dus meer op de korte termijn gericht) gaan gedragen. Dus veel bloot in advertenties en tijdschriften kan ertoe leiden dat het financiële gedrag van mensen meer op de korte termijn dan op de lange termijn gericht worden en dat men meer risico's neemt. Recent onderzoek van Stapel en Van Osselaer (2009) laat zien dat het laten zien van typische 'koopsitua-

ties' (een winkel, een pagina met advertenties, een serie prijskaartjes) al voldoende is om hedonistische doelen extra saillant te maken. Koopsituaties maken mensen materialistischer, hebberiger en geeft ze het gevoel dat ze 'recht hebben' op het geadverteerde en aangeboden. Dit leidt ertoe dat ze eerder normen willen breken om te krijgen wat ze willen: mensen die een aantal plaatjes van winkels hadden gezien vonden dat ze meer recht hadden op mooie dingen dan anderen en waren meer geneigd om vervolgens dingen mee te nemen (pennen en snoepjes die in de onderzoeksruimte lagen) dan mensen die deze plaatjes niet hadden gezien.

Winstdoelen worden meestal geactiveerd door omgevingscues die aangeven dat geld of competitie in die omgeving een belangrijke rol spelen. Dergelijke cues kunnen op het eerste oog heel subtiel en onbeduidend zijn. Zo hebben Liberman et al. (2004) bijvoorbeeld laten zien dat het aanduiden van een spelletje (een sociaal dilemma) als de *Wallstreet Game* of als de *Community Game* al voldoende is om gedrag dramatisch te beïnvloeden. De naam van het spel geeft aan mensen het signaal dat het in het spel draait om 'geld en competitie' of om 'samenwerking en solidariteit' en dit beïnvloedt gedrag. In de *Community Game* was de bereidheid om samen te werken 66 procent. In de *Wallstreet Game* was dit 31 procent. Het noemen van geld, betaling of prijzen is vaak ook al genoeg om een winstdoel te activeren en gedrag dienovereenkomstig te beïnvloeden. Zo hebben Gneezy and Rustichini (2000) laten zien dat wanneer er helemaal geen sprake is van betaling, veel mensen bereid zijn om zich in te zetten voor een goed doel (zoals Greenpeace, Amnesty, Novib). Als de inzet echter wordt beloond met een betaling, bepaalt de hoogte van de betaling of ze zich willen inzetten of niet. Ze doen het liever voor niets dan voor weinig. Met andere woorden, geen betaling is gerelateerd aan een normatief doel, terwijl betaling gerelateerd is aan een winstdoel. Het aanbieden van betaling is een cue die de situatie verandert van een sociale, relationele situatie (waar je elkaar graag helpt) in een winstsituatie (waarin de hoogte van de beloning bepaalt of iets de moeite waard is, zie ook Heyman en Ariely 2004). Zelfs het zien van typische voorwerpen die businessmensen hebben (zoals vergadertafels, businesspak, businesskoffertje enzovoort) activeert automatisch een winstdoel en verhoogt een competitieve oriëntatie (Kay et al. 2004).

Omgevingen kunnen doelen ook activeren door middelen aan te bieden die het doel dichterbij brengen. Iedereen kent het gezegde 'de gelegenheid maakt de dief'. Het bekendste voorbeeld van deze vorm van invloed is dat het zien van eten in veel mensen automatisch het hedonistische doel van eten activeert (zie Schachter 1968; Shah en Kruglanski 2003). Dus het is moeilijk om in een omgeving waar bepaalde middelen (bijvoorbeeld vette snacks) veelvuldig aanwezig zijn, de activering van de bijbehorende doelen te onderdrukken. Dit kan in conflict zijn met het persoonlijke winstdoel om gezond te leven. In de slotparagraaf met gevolgen voor beleid komen we hier nog op terug.

Ten slotte wordt een doel ook geactiveerd door het simpele feit dat anderen in de sociale omgeving dit doel duidelijk ook hebben. Dus, als men omgeven is door mensen die heel duidelijk hedonistische doelen hebben (zeg, op een feest), is het moeilijk om op dat moment zelf andersoortige doelen (zoals normatieve doelen) na te streven, omdat de omgeving cognitieve activering van die doelen moeilijk maakt. Lindenberg (2000) noemt dit fenomeen *goal resonance*. Aarts et al. (2004) noemen het *goal contagion*. In elk geval zijn doelen van anderen aanstekelijk.

8.4 ACTIVERING VAN STEREOTYPEN

Stereotypering is denken in vaste categorieën en ‘hokjes’. Nuances worden dan niet waargenomen of genegeerd. Dit kan in menselijke verhoudingen (en in de manier waarop groepen met elkaar omgaan) veel problemen veroorzaken. Zo kan iemand die een donkere huid heeft door (blanke) stereotypering worden waargenomen als iemand die gevaarlijk is (agressief of gericht op stelen e.d.) terwijl er niets aan de hand is. Hieruit kan een vijandige situatie ontstaan.

Een van de factoren die een sterke invloed heeft op stereotypering, is de sociale omgeving. Een belangrijk gemeenschappelijk product van sociale groepen is dat zij ook een gedeelde realiteit creëren, een blik op de werkelijkheid hebben die de groep en haar leden houvast en structuur geeft. Op deze manier kunnen groepen voorzien in de menselijke behoefte aan veiligheid, controle, structuur. Groepen geven helderheid en veiligheid. Kruglanski et al. (2006) hebben dit aspect van groepen verbonden aan situaties waar mensen behoefte hebben aan zekere antwoorden op vragen en geen ambiguïteit of onzekerheid (*cognitive closure*). Wat Kruglanski et al. (2006) laten zien is dat in situaties waar de behoefte aan houvast extra hoog is, men zich meer op de eigen groep richt dan in situaties waar die behoefte er niet is. Dus, in tijden van ellende en crisis, definiëren mensen zich meer in termen van hun groepslidmaatschap (“Ik ben een Nederlander”) dan in termen van hun individualiteit (“Ik ben Wim”). Immers, deze groep is de bron van de gedeelde ordentelijke realiteit (zie ook Stapel en Koomen 2001). Het denken wordt meer zwart-wit. De behoefte aan houvast kan per persoonlijkheid verschillen, maar het varieert ook met de omgeving waarin mensen zich bevinden. Omgevingen met veel onduidelijkheid, met weinig orde zullen de behoefte aan houvast en structuur vergroten.

Een manier om structuur aan te brengen is om heldere scheidslijnen en categorisaties aan te brengen. Dus, zo blijkt uit onderzoek van Stapel en Koomen (2000): mensen die behoefte hebben aan structuur, denken meer in termen van stereotypen (“alle Amsterdammers zijn x”, “vrouwen zijn y”, ..., ...) dan mensen die die behoefte minder hebben. De behoefte aan mentale structuur en helderheid kan ook worden veroorzaakt door de ervaring van fysieke wanorde, zo blijkt uit recent onderzoek van Stapel en Lindenberg (2009). Zo bleek bijvoorbeeld dat mensen die

een serie foto's hadden gezien van slecht onderhouden huizen vervolgens meer stereotypeerden en discrimineerden dan mensen die een serie foto's hadden gezien van goed onderhouden huizen. Hetzelfde bleek op te gaan voor mensen die op weg naar het onderzoek eerst over een stuk trottoir moesten lopen waar een aantal tegels los zaten en scheef gelegd waren – dit leidde tot veel stereotypering – in vergelijking met mensen die over een keurig gelegd stukje trottoir moesten lopen alvorens ze meededen aan het onderzoek; dit leidde tot minder stereotypering. Met andere woorden, de inrichting van de fysieke omgeving kan essentieel zijn voor de mate waarin mensen stereotyperen en discrimineren. In een rommelige, vieze wijk, die de behoefte voor structuur en helderheid oproept, zal meer gestereotypeerd worden dan in een keurige, schone wijk. Mensen stereotyperen en categoriseren om de wereld helder te maken en om structuur aan te brengen. Omgevingen die rommelig zijn en dus de behoefte aan structuur en helderheid extra saillant maken, zullen daarom tot meer stereotypering en ethnocentrisme leiden.

Naast het principe dat (rommelige) omgevingen de *algemene* behoefte aan stereotyperen (structureren, categoriseren) kunnen oproepen, is de relatie tussen het ontwerp van de omgeving en stereotypering ook vaak specifiek en inhoudelijk. Bepaalde omgevingen roepen ook specifiek stereotiep gedrag op, omdat ze sterk zijn geassocieerd met die stereotypen. Onderzoek naar de effecten van vergaderopstellingen laten zien dat degene die tijdens discussies aan het hoofd van een vergadertafel zit relatief meer macht en aandacht krijgt en meer invloed heeft de uitkomst van de discussie dan diegenen die niet aan het hoofd zitten. Ook worden mensen die op een hoge stoel zitten eerder en meer als machtig en invloedrijk gezien dan mensen die op een lagere stoel zitten. Deze *seating arrangement*-effecten werken twee kanten op: mensen die tijdens een gesprek of vergadering op een hoge stoel worden gezet gaan zich ook automatisch machtiger en sterker gedragen, terwijl mensen die in een onderdanige stoelpositie worden geplaatst ook direct het bijbehorende gedrag overnemen (zie Tiedens en Fragale 2003). Dit alles werkt ook nog op een andere manier versterkend op stereotypering. Als mensen zich machtiger voelen, zijn ze minder bereid en in staat zich in anderen te verplaatsen (Galinsky et al. 2006) en meer overtuigd van hun eigen gelijk (Fast et al. 2009). Beide effecten verminderen de corrigerende invloeden van anderen en bevorderen zo op hun beurt stereotypering.

De corrigerende invloed van anderen kan ook worden gerealiseerd door confrontatie met onszelf als sociaal persoon. Dit principe wordt mooi geïllustreerd in onderzoek van Wiekens en Stapel (2008) naar het effect van het sociaal zelfbewustzijn op stereotypering en discriminatie. Aan dit onderzoek vulden zeer bevooroordeelde en minder bevooroordeelde autochtone Nederlanders stereotyperingvragenlijsten in over Nederlanders, Marokkanen en Surinamers. De resultaten lieten zien dat sterk bevooroordeelde, autochtone Nederlanders veel negatie-

ver waren over Marokkanen en Surinamers dan minder bevooroordeelden. Echter, dit effect verdween volledig wanneer de respondenten de vragenlijsten hadden ingevuld naast een spiegel. Voor een spiegel nam stereotypering en discriminatie sterk af omdat spiegels het sociale zelfbewustzijn activeren: wanneer we in de spiegel kijken, zien we onszelf zoals ‘anderen’ ons zien en dit activeert automatisch het (sociaal wenselijke) beeld waarvan we willen dat anderen het van ons hebben. Omdat het sociaal onwenselijk is om bepaalde bevolkingsgroepen te discrimineren, is de aanwezigheid van een spiegel voldoende om ervoor te zorgen dat niet alleen onbevooroordeelde maar ook sterk bevooroordeelde mensen zich normatief gedragen en niet discrimineren. Omgevingen die het sociale zelfbewustzijn vergroten, verminderen dus ook stereotypering. Omgekeerd kan stereotypering juist worden versterkt door omgevingen die doelen activeren die op het zelf zijn gericht (bijvoorbeeld omgevingen met afbeeldingen van aantrekkelijke consumentenproducten). Deze drukken het sociale zelfbewustzijn juist naar de achtergrond.

8.5 VERSCHIL IN GEVOELIGHEID VOOR AUTOMATISCHE BEÏNVLOEDING: DE ROL VAN ZELFREGULERING

Soms heeft automatische beïnvloeding positieve effecten, maar soms ook negatieve. In dat laatste geval zou het natuurlijk beter zijn als men ongevoelig is voor dergelijke beïnvloedingsprocessen. Welke omstandigheden vergroten de kans dat men automatisch door *cues* wordt beïnvloed? Dat hangt af van diverse zaken, maar vooral van factoren die het vermogen tot zelfregulering beïnvloeden (zie Lindenberg 2008). Dat is de mate waarin iemand in staat is al dan niet bewust zelfcontrole uit te oefenen. Zelfregulering kost energie, en als er een te groot beroep op wordt gedaan, kan het vermogen hiertoe tijdelijk uitgeput raken (Vohs et al. 2005).

Ook de omgeving is hierop van invloed. Hoe drukker de omgeving, hoe waarschijnlijker het is dat een beroep moet worden gedaan op het vermogen tot zelfregulering om bepaalde invloeden te onderdrukken en vast te houden aan de eigen doelen. In een stadse omgeving wordt veel aandacht gevraagd en wordt aandacht daardoor ook sterk vermoeid. Het zal daarom in drukke, stadse omgevingen moeilijker zijn om normatief gedrag te instigeren en gaande te houden. Eilanden van rust kunnen hier verbetering brengen. Dergelijke ‘rust-omgevingen’ kunnen het vermogen tot zelfregulering en vasthouden van de aandacht herstellen. Ze helpen als het ware de batterij weer op te laden. Voldoende eilanden van rust te midden van drukke omgevingen kunnen dus bijdragen aan meer normatief gedrag en mindere stereotypering en discriminatie.

Dit is ook een van de implicaties van Kaplans *attention restoration theory* (Kaplan 2001). Kaplan heeft het vooral over de aandachttherstellende werking van omge-

vingen als grasvelden, gazons, bomen in straten, parken in steden en het platteland. Uit onderzoek blijkt dat mensen die vermoeid zijn inderdaad een grotere voorkeur hebben voor dit soort omgevingen en dat verblijf in dit soort omgevingen een duidelijk restaurerend effect op aandacht heeft (zie Van den Berg et al. 2007). Dit effect werkt ook gunstig op het herstel van ziekte. Als men in een ziekenhuis uit het raam tegen een muur aan moet kijken duurt herstel langer dan wanneer men op groen uitkijkt (zie Ulrich 1984). Onderzoek van Noordewier en Stapel (2009) laat zien dat voor dergelijk herstel een daadwerkelijk, fysiek verblijf in een groene omgeving wellicht niet nodig is: mensen herstellen sneller van een persoonlijk drama wanneer ze even kunnen kijken naar een afbeelding van een mooie, rustgevende omgeving dan wanneer ze geen plaatje te zien krijgen of een lelijke afbeelding. Sterker nog, het kijken naar rustgevende, relativiserende afbeeldingen is vaak effectiever dan klassiekere methoden om het zelfbeeld te herstellen, zoals zelfbevestiging en geld uitgeven.

Het vermogen tot zelfregulering wordt ook uitgeput als men is blootgesteld aan tegenstrijdige normen. Bijvoorbeeld, wanneer iemand als immigrant in een omgeving is waar hij moet omgaan met tegenstrijdige verwachtingen, wordt een groter beroep gedaan op het vermogen tot zelfregulering. Dat kan daardoor op een gegeven moment uitgeput raken. Op dat soort momenten is de gevoeligheid voor automatische beïnvloeding het grootst.

8.6 CONCLUSIE: GEVOLGEN VOOR BELEID

Er zijn verschillende soorten omgevingen: de fysieke omgeving, de sociale omgeving en de symbolische omgeving. Uit de voorgaande paragrafen blijkt dat geen enkele omgeving neutraal is. Elke omgeving zendt boodschappen uit en heeft een sturende werking op het gedrag van mensen. Natuurlijk, omgeving is niet allesbepalend. Mensen hebben persoonlijkheden, attitudes, bepaalde preferenties, achtergronden, talenten en onhebbelijkheden. Gedrag wordt ook gestuurd door genen en persoonlijkheidseigenschappen. Echter, zoals psychologisch en psychiatrisch onderzoek steeds weer laat zien: persoonlijkheidseigenschappen zijn moeilijk te veranderen. En belangrijker: zelfs persoonlijkheidskenmerken, geïnternaliseerde attitudes, voorkeuren, of verwachtingen zullen gedrag niet beïnvloeden als ze niet ook cognitief zijn geactiveerd. Een consument kan een zeer milieuvriendelijke attitude hebben en vinden dat men vooral ecologisch verantwoorde producten moet kopen, maar als deze attitudes, gevoelens en cognities niet geactiveerd zijn op het moment dat er gekozen moet worden tussen product A en product B, zal de milieuvriendelijke attitude de keuze tussen A of B niet beïnvloeden (zie Meijers en Stapel 1990). Dit eenvoudige inzicht – dat gedrag vooral zal worden gestuurd door cognities die op het moment van gedragsuitvoering het sterkst zijn geactiveerd – is wellicht de meest onderschatte bevinding in de sociale en gedragswetenschappen (Cialdini et al. 1990; Lindenberg en Steg 2007). De consequenties

van dit inzicht zijn immens, want het suggereert dat een reeds gevormde neiging van mensen om voor A of B te kiezen kan worden ‘omgebogen’ door de kracht van de omgeving, door *cue-power*.

De overheid zal zich daarom altijd de vraag moeten stellen in hoeverre een bepaalde omgeving overeenstemt met de normen en doelen die zij wil dat burgers naleven, of juist in strijd daarmee is. Bovendien kan de overheid door het effectief vormgeven, inrichten, aanpassen en veranderen van de omgeving waarin mensen zich bewegen, ervoor zorgen dat de macht van de omgeving burgers een zetje geeft in een maatschappelijk wenselijke richting. De in dit hoofdstuk besproken onderzoeksresultaten illustreren dat effectieve – maar helaas weinig gebruikte – instrumenten om gedrag te veranderen en te sturen zich richten op het ‘ontwerp van de omgeving’. Enkele eerste richtlijnen die volgen uit het hier besproken onderzoek zijn onder andere de volgende.

Ten eerste zou de overheid zich moeten richten op het wegwerken van omgevingen die gewenste normen deactiveren. Hiervoor is het belangrijk om omgevingen die een gevoel van wanorde en normloosheid oproepen te vermijden. Vuil op straat, graffiti op muren, rommelige gangen, stations, winkelcentra, en openbare ruimtes zijn broedplaatsen van antinormatief gedrag omdat ze een gebrek aan structuur, regels en controle uitstralen. Dat betekent voor gemeenten (maar ook voor openbare instituties zoals ziekenhuizen) dat er doorlopend aandacht moet zijn voor het onderhouden, herinrichten en schoon houden van de openbare ruimte. Dezelfde maatregelen zullen ook stereotypering en ongewenste vijandigheid tussen informele groepen tegengaan. Het is wel belangrijk dat al deze ingrepen consequent en over de hele linie plaatsvinden. Het verzwakken van normatief gedrag is immers gemakkelijker dan het versterken ervan. Dit betekent dat de normondermijnende invloed van één muur met graffiti waar dit niet mag, één leegstaand gebouw of één straat waar de vuilnis te lang buiten staat, relatief groot is als er veel mensen langskomen.

Ook zou de overheid moeten proberen te voorkomen dat mensen worden geconfronteerd met ‘sociaal lege’ openbare ruimtes. Lege straten, kantoor-ruimtes, gangen en gebouwen leiden sneller tot sociaal antinormatief gedrag dan ‘sociaal volle’ ruimtes (zoals woonwijken en drukke winkelstraten). Een oplossing voor dit fenomeen kan zijn om kantoorgebouwen te mengen met woongebouwen of om gebouwen te ontwerpen die verschillende functies in zich verenigen.

Ten tweede zou de overheid zich moeten richten op het bevorderen van omgevingen die gewenste normen activeren. Wellicht het belangrijkste signaal hiervoor is de mate waarin de overheid zelf zich aan de normen houdt. Politici die zich niet aan normen houden scheppen een sociaal klimaat dat veel meer negatieve invloed

op normhandhaving heeft dan gewone burgers die zich niet aan normen houden. De inktvlek van normloosheid die wordt verspreid door antinormatief gedrag is veel groter en veel zwarter wanneer zij veroorzaakt wordt door een prominent persoon dan door gewone mensen. Dit pleit voor een heldere, scherpe gedragscode voor ministers, politici, hoge ambtenaren, overheidsbestuurders, rechters, priesters en andere gezagsdragers.

Door voorbeeldgedrag van gezagsdragers wordt een omgeving geschapen die de activering van normen door andere *cues* van een normhandhavende overheid in de hand werkt. Hierbij horen ook juist de kleine signalen in het dagelijkse leven. De burger moet duidelijk *waarnemen* dat de overheid waarde hecht aan schoon, veilig, gezond, door er daadwerkelijk iets aan te doen. Overheidshandelen moet zichtbaar zijn zodat mensen het bewust kunnen opmerken. Een overheid die 's nachts, als iedereen slaapt, de straten schoonmaakt en de graffiti van de muren verwijdert, is minder effectief in het induceren van normatief gedrag dan een overheid die dit overdag doet, bijvoorbeeld 's ochtends als iedereen naar het werk rijdt en naar school fietst. Groenvoorzieningen moeten worden bijgehouden juist als er veel mensen gebruikmaken van deze voorzieningen, zodat er zichtbaar aan verbeteringen (voor een schone, veilige en gezonde omgeving) wordt gewerkt.

Ten derde moet de overheid aandacht hebben voor de invloed van de omgeving op zelfregulering. Er zullen in de stad dus voldoende rustige omgevingen moeten worden gecreëerd. Bomen, grasvelden, bloemperken en parken kunnen ertoe bijdragen dat het zelfregulerend vermogen van mensen minder door de stadse drukte wordt uitgeput. Daardoor zal ook de kans op zinloze agressie kunnen worden teruggedrongen. Het vermogen tot zelfregulering wordt ook vergroot door omgevingen waar de kans kleiner is dat normen tegen elkaar indruisen. Juist buurten met verschillende etnische groepen zouden baat hebben bij een overheid die de *overeenkomsten* tussen verschillende normstelsels en niet de tegenstellingen benadrukt. Voor een deel zal dat ook weer afhangen van de aanwezigheid van factoren die de stereotypering en daarmee de gerichtheid op de eigen groep tegenwerken.

Ten slotte moet worden opgemerkt dat omgevingsgestuurde gedragsbeïnvloeding vooral effectief zal zijn als de inzet van dat instrument *evidence-based* is. De omgeving (her)inrichten op basis van wat intuïtieve inzichten en argumenten zet weinig zoden aan de dijk. De sociale psychologie van de omgeving en de cognitieve sociologie heeft de afgelopen decennia sprongen voorwaarts gemaakt als het gaat om het blootleggen van de wetmatigheden die een rol spelen bij de effectiviteit van omgevingsgestuurde gedragsbeïnvloeding. Het hier beschreven onderzoek is daar een voorbeeld van. Waar het tot nu toe nog wel eens aan ontbreekt, zijn goed ontworpen, toetsende veldstudies en veldexperimenten naar de effecti-

viteit van op het ontwerp van de omgeving gerichte beleidsmaatregelen. We hopen dan ook dat er in de toekomst meer aandacht zal komen voor wetenschappelijk gefundeerd onderzoek naar de subtiele, automatische, soms gewenste, soms ongewenste invloed van de sociale omgeving op het gedrag van burgers.

NOOT

- 1 Uiteraard kunnen normen soms ook nog gemak- of winstdoelen versterken.

BIBLIOGRAFIE

- Aarts, H., Gollwitzer, P.M. en Hassin, R.R. (2004) 'Goal contagion: perceiving is for pursuing', *Journal of Personality and Social Psychology* 87: 23-37.
- Bargh, J.A., Gollwitzer, P. M., Lee-Chai, A., Barndollar, K. en Trötschel, R. (2001) 'Automated will: Nonconscious activation and pursuit of behavioral goals', *Journal of Personality and Social Psychology* 81: 1014-1027.
- Berger, J., Meredith, M. en Wheeler, S.C. (2008) 'Contextual priming: where people vote affects how they vote', *Proceedings of the National Academy of Sciences* 105: 8846-8849
- Berkowitz, L. en Daniels, L. R. (1964) 'Affecting the salience of the social responsibility norm', *Journal of Abnormal and Social Psychology* 68: 215-281.
- Cialdini, R.B., Reno, R.R. en Kallgren, C.A. (1990) 'A focus theory of normative conduct – Recycling the concept of norms to reduce littering in public Places', *Journal of Personality and Social Psychology* 58: 1015-1026.
- Drèze, X., Hoch, S.J. en Purk, M.E. (1994) 'Shelf management and space elasticity', *Journal of Retailing*, 70: 301-326.
- Echtelt, E.P., Glebbeek, A.C. en Lindenberg, S. (2006) 'The new lumpiness of work: explaining the mismatch between actual and preferred working hours', *Work, Employment and Society* 20: 493-512.
- Fast, N.J., Gruenfeld, D.H., Sivanathan, N., en Galinsky, A.D. (2009) 'Illusory control. A generative force behind power's far-reaching effects', *Psychological Science* 20: 502-508.
- Förster, J. & N. en Liberman (2007) 'Knowledge activation' in A.W. Kruglanski en E. Tory Higgins (red.) *Social Psychology: Handbook of Basic Principles*. New York : Guilford Press.
- Fehr, E., Gächter, S. (2000) 'Cooperation and punishment in public good experiments', *American Economic Review* 90: 980-994.
- Fiske, S.T. (1980) 'Attention and weight in person perception: The impact of negative and extreme information', *Journal of Personality and Social Psychology* 38: 889-906.
- Galinsky, A.D., Magee, J.C., Inesi, M.E. en Gruenfeld, D.H. (2006) 'Power and perspectives not taken', *Psychological Science* 17: 1068-1074.
- Gibson, J.J. (1977) 'The theory of affordances' in R. Shaw & J. Bransford (red.) *Perceiving, acting and knowing* 67-82), Hillsdale NJ: Erlbaum.
- Gneezy, U., en Rustichini, A. (2000) 'Pay enough or don't pay at all', *Quarterly Journal of Economics* 115: 791-810.
- Heyman, J. en Ariely, D. (2004) 'Effort for payment. A tale of two markets', *Psychological Science* 15: 787-793.
- Huey, Jr., S.J. , Henggeler, S.W., Brondino, M.J. en Pickrel, S.G. (2000) 'Mechanisms of change in multisystemic therapy: Reducing delinquent behavior through therapist adherence and improved family and peer functioning', *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 68: 451-467.

- Joly, J.F., Stapel, D.A. en Lindenberg, S.M. (2008) 'Silence and table manners: When environments activate norms', *Personality and Social Psychology Bulletin* 34: 1047-1056.
- Kaplan, R. (2001) 'The nature of the view from home: Psychological benefits', *Environment and Behavior* 2001, 33: 507.
- Kay, A.C. en Ross, L. (2003) 'The perceptual push: The interplay of implicit cues and explicit situational construals on behavioral intentions in the Prisoner's Dilemma', *Journal of Experimental Social Psychology* 39: 634-643.
- Kay, A.C., Wheeler, S.C., Bargh, J.A. en Ross, L. (2004) 'Material priming: The influence of mundane physical objects on situational construal and competitive behavioral choice', *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 95: 83-96.
- Kazdin, A.E., Weisz, J.R. (1998) 'Identifying and developing empirically supported child and adolescent treatments', *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 66: 19-36.
- Keizer, K., Lindenberg, S. en Steg, L. (2008) 'The spreading of disorder', *Science* 322: 1681-1685.
- Keizer, K., Lindenberg, S. en Steg, L. (in voorbereiding) 'Higher-ups make especially influential violators'.
- Kruglanski, A.W., Pierro, A., Mannetti, L. en De Grada, E. (2006) 'Groups as epistemic providers: Need for closure and the unfolding of group-centrism', *Psychological Review* 113: 84-100.
- Kuenzi, M. en Schminke, M. (2009) 'Assembling fragments into a lens: A review, critique, and proposed research Agenda for the organizational work climate literature', *Journal of Management* 35: 634-717.
- Latané, B. en Darley, J. M. (1970) *The unresponsive bystander: Why doesn't he help?*, New York: Appleton-Century-Crofts.
- Li, W., Moallem, I., Paller, K.A.P. en Gottfried, J.A. (2007) 'Subliminal smells can guide social preferences', *Psychological Science* 18: 1044-1049.
- Lieberman, V., Samuels, S.M. en Ross, L. (2004) 'The name of game: Predictive power of reputations versus situational labels in determining prisoner's dilemma game moves', *Personality and Social Psychology Bulletin* 30: 1175-1185.
- Lindenberg, S. (2000) 'The extension of rationality: Framing versus cognitive rationality', blz. 168-204 in J. Baechler, F. Chazel, en R. Kamrane (red.) *L'Acteur et ses raisons. Mélanges en l'honneur de Raymond Boudon*, Presses Universitaires de France (PUF): Paris.
- Lindenberg, S. (2008) 'Social rationality, semi-modularity and goal-framing: What is it all about?', *Analyse & Kritik* 30: 669-687.
- Lindenberg, S., Joly, J.F. en Stapel, D.A., (te verschijnen) 'The norm-activating power of celebrity: The dynamics of success and influence', *Social Psychology Quarterly*.
- Lindenberg, S. en Steg, L. (2007) 'Normative, gain and hedonic goal frames guiding environmental behavior', *Journal of Social Issues* 65(1): 117-137.
- Meijers, M.H.C. en Stapel, D.A. (2009) *Long term thinking does not always lead to sustainable choices*, Manuscript, Universiteit van Tilburg.

- Mühlau, P. en Lindenberg, S., (2003) 'Efficiency wages: signals or incentives? An empirical study of the relationship between wage and commitment', *Journal of Management and Governance* 7: 385-400.
- Noordewier, M.K., en Stapel, D.A. (2009) *Art as therapy for self-threats*, Manuscript, Universiteit van Tilburg.
- Rutkowski, G.K., Cruder, C.L. en Romer, D. (1983) 'Group cohesiveness, social norms, and bystander intervention', *Journal of Personality and Social Psychology*, 1983, 44: 3, 545-552.
- Schachter, S. (1968) 'Obesity and eating', *Science* 161: 751-756.
- Schwartz, S.H. en Fleishman, J.A. (1978) 'Personal norms and the mediation of legitimacy effects on helping', *Social Psychology*, 41: 306-315.
- Shah, J. en Kruglanski, A.W. (2003) 'When opportunity knocks: Bottom-up priming of goals by means and its effect on self-regulation', *Journal of Personality and Social Psychology* 84: 1109-1122.
- Sherif, M. (1965) *The Psychology of Social Norms*, New York: Octagon Books, Inc.
- Stapel, D.A., Joly, J.F. en Lindenberg, S. (te verschijnen) 'Being there with others: How people make environments norm relevant', *British Journal of Social Psychology*.
- Stapel, D.A. en Koomen, W. (2001) 'When we wonder what it all means: Interpretation goals facilitate accessibility and stereotyping effects', *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27: 915-929.
- Stapel, D.A. en Lindenberg, S. (in voorbereiding) *Disorder fosters stereotyping and group-centrism*.
- Stapel, D.A. en Van Osselaer, S. (2009) *How consumer cues lead to feelings of self-entitlement, date rape, and thievery*, Manuscript, Universiteit van Tilburg.
- Stapel, D.A. en Wiekens, C.J. (2008) 'Waarom katholieken creatiever zijn dan protestanten', *Jaarboek Social Psychologie* 2007: 325-336.
- Thaler, R.H. en Sunstein, C.R. (2008) *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*, New Haven: Yale University Press.
- Tiedens, L.Z. en Fragale, A.R. (2003) 'Power moves: Complementarity in submissive and dominant nonverbal behavior', *Journal of Personality and Social Psychology*, 84: 558-568.
- Tucker, M. en Ellis, R. (1998) 'On the relations between seen objects and components of potential actions', *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 24: 830-846.
- Ulrich, R.R. (1984) 'View through a window may influence recovery from surgery', *Science* 224: 420-421.
- Van den Berg, A.E., Hartig, T. en Staats, H. (2007) 'Preference for nature in urbanized societies: Stress, restoration, and the pursuit of sustainability', *Journal of Social Issues* 63: 79-96.
- Van den Bergh, B., Dewitte, S. en Warlop, L. (2008) 'Bikinis instigate generalized impatience in intertemporal choice', *Journal of Consumer Research* 35.
- Vohs, K.D., Baumeister, R.F. en Ciarocco, N. (2005) 'Self-regulation and self-presentation: regulatory resource depletion impairs management and effortful self-presentation

depletes regulatory resources', *Journal of Personality and Social Psychology* 8: (April), 632-57.

Welsh F. (2008) *Improved street lighting and crime prevention*, Rapport voor The Swedish National Council for Crime Prevention, Stockholm.

Wiekens, C.J., en Stapel, D.A. (2008) 'The mirror and I: When private opinions are in conflict with public norms', *Journal of Experimental Social Psychology*, 44: 1160-1166.

9 COMMUNICEREN VANUIT DE CONTEXT: NAAR EFFECTIEVERE OVERHEIDSCOMMUNICATIE

Guido Rijnja, Erwin Seydel en Jasper Zuure

Het debacle van de campagne tegen baarmoederhalskanker en de dreigende griep-epidemie in de zomer van 2009 laten het belang van goede en op burgers betrokken massamediale overheidscampagnes zien. De campagne voor inenting van 12-jarige meisjes tegen baarmoederhalskanker probeerde via de traditionele media meisjes met rationele argumenten zover te krijgen zich te laten inenten. De meisjes en hun ouders informeerden zich echter via elkaar en eigen media over de mogelijke gevaren en nadelen van inenting. Het RIVM onderkende te laat het effect van deze betekenisverlening en deed die af als fabels. Daarmee werd echter de kracht van (alternatieve) betekenisverlening door de doelgroep zelf, onderschat. De dreigende griep-epidemie onderstreept opnieuw het belang van een snelle en effectieve communicatie om de verspreiding van die ziekte zoveel mogelijk te voorkomen.

In deze bijdrage gaan we in op de wijze waarop overheidscommunicatie gedrag van de burger kan beïnvloeden. Eerder in deze bundel is al beschreven hoe de sociale omgeving (zie hoofdstuk 7) en de fysieke omgeving (zie hoofdstuk 8) gedrag beïnvloeden. Bij overheidscommunicatie gaat het echter niet om directe beïnvloeding via sociale of fysieke omgeving, maar om beïnvloeding via de symbolische omgeving, dat wil zeggen, de omgeving van verhalen en betekenissen. Wij zullen betogen dat voor effectieve communicatie de overheid uiteindelijk gebruik moet maken van de wijze waarop burgers betekenis geven aan de context waarin zij zich bevinden.

De overheid communiceert over een brede waaier van onderwerpen met de burger, met het oog op het bevorderen van kennis, het bewerkstelligen van een nieuwe houding of het aanreiken van gedragsalternatieven. Nieuwe regelgeving vraagt vaak om het bevorderen van kennis bij burgers, zodat ze bijvoorbeeld weten hoe welke voorzieningen, zoals subsidies of studiefinanciering, voor hen beschikbaar zijn. Bij het bewerkstelligen en verspreiden van bijvoorbeeld nieuwe opvattingen over alcohol in het verkeer, gaat het om het bevorderen van een nieuwe houding. Het aanreiken van gedragsalternatieven kan betrekking hebben op het aanleren van nieuw gedrag, bijvoorbeeld gezondere eetgewoontes.

De overheid en aan de overheid gelieerde organisaties, zoals gezondheidsbevorderende instellingen en consumentenorganisaties, zetten heel diverse vormen van communicatie in. Dat reikt van persoonlijk contact en inter-persoonlijke groepsbenaderingen tot massacommunicatie. In deze bijdrage focussen we op de

werking en effecten van met name massamediale campagnes. Massamediale campagnes zijn niet alleen het zichtbaarst, maar ook het meest systematisch ingezet in de communicatie van de overheid; te denken valt aan radio- of tv-spotjes, advertenties in de gedrukte media en gebruik van internet of billboards of andere 'buitenmedia'.

Massacommunicatie is bovendien een aanlokkelijk instrument omdat het vaak goedkoper is dan andere beïnvloedingstechnieken. De vaak nog geringe effectiviteit van massacommunicatie doet daar echter enigszins aan af. Daarom zal in deze bijdrage niet alleen gekeken worden naar het beleidsinstrument overheidscommunicatie, maar ook naar de wisselwerking tussen massamediale overheidscommunicatie en andere beleidsinstrumenten, zoals wet- en regelgeving of voorzieningen en subsidies.

In deze bijdrage is de hoofdvraag wat het recept en de ingrediënten zijn voor een effectieve massamediale campagne. En welke inzichten kunnen we daarvoor ontleenen aan communicatie- en gedragswetenschappen? Deze vragen worden stapsgewijs beantwoord. In paragraaf 9.1 worden eerst bevindingen gepresenteerd van evaluaties van massamediale campagnes: die blijken doorgaans niet heel effectief. In paragraaf 9.2 en 9.3 wordt onderzocht onder welke voorwaarden massamediale campagnes wel zinvol ingezet kunnen worden. Daarvoor beschrijven we eerst de ontwikkeling in de theorievorming op het terrein van communicatie en gedrag en de inzichten daaruit (paragraaf 9.2), alvorens een benadering te schetsen die op een volgens ons vruchtbare wijze rekening houdt met de context van beleid voor communicatie (paragraaf 9.3).

9.1 MYTHES EN FEITEN OVER MASSAMEDIALE OVERHEIDSCAMPAGNES

Massamediale campagnes kunnen zich in een voortdurende populariteit verheugen. De indruk doet zich echter voor dat deze populariteit mede is gebaseerd op een aantal voor de handliggende, maar betwiste veronderstellingen over effectieve voorlichting. Deze veronderstellingen noemen we hier 'mythes', vanwege hun hardnekkige aanwezigheid in de overwegingen van campagnemakers, beleidsmakers en politici omtrent het wel of niet starten van een campagne (Pol et al. 2007).

Ten eerste de mythe dat een boodschap met sterke argumenten altijd overtuigt: in de praktijk selecteren mensen echter sterk uit de vele boodschappen waarmee ze worden geconfronteerd. Overheidsargumenten geven daarbij zeker niet automatisch de doorslag.

Ten tweede de mythe dat massamediale overheidscampagnes tot gedragsverandering leiden: in deze verkenning is al veelvuldig gebleken dat het overgrote deel van ons handelen helemaal niet voortkomt uit beredeneerd gedrag. Sommigen gaan

ervan uit dat zelfs 95 procent van ons handelen automatisch gedrag betreft (Baumeister et al. 1998, Dijksterhuis 2007). Ook uit de commerciële reclame is bekend dat advertentiecampaagnes voor bijvoorbeeld frisdranken eerder bestaand bedrag bevestigen dan het veranderen. Het is dus de vraag of louter massamediale overheidscampaagnes voldoende zijn als de beleidsmaker gedragsverandering als doel heeft.

Ten derde heerst de mythe dat de campagneboodschappen in de door de overheid betaalde zendtijd voldoende opvallen en opwegen tegen andere mediaboodschappen. Zodanig zelfs, dat ze een onderwerp niet alleen op de agenda kunnen zetten maar vervolgens ook de publieke opinie weten te sturen. Deze opvatting grijpt terug op een reeks klassieke theorieën (zie volgende paragraaf) over de macht van de media in de *agendasetting*: er wordt verondersteld dat kranten, radio en tv ervoor kunnen zorgen dat ergens over wordt gesproken. Daarbij gaat het echter doorgaans om redactionele artikelen, en niet om reclame en advertenties, waartoe overheidsboodschappen min of meer behoren (Sears en Kosterman 1994). Kortom, mediaboodschappen van de overheid delven gemakkelijk het onderspit in een stroom van berichtgeving en andere opiniestukken.

In de afgelopen twintig jaar is de behoefte aan inzicht in de effecten van massamediale campagnes sterk gegroeid. Sindsdien is onderzoek naar dergelijke effecten ook gesystematiseerd. Al in 1991 leidde een rapportage van de Algemene Rekenkamer over de doelmatigheid van overheidscampaagnes aanvankelijk tot de gedachte in politieke kring dat de effecten op gedragsbeïnvloeding zo gering waren dat ze beter afgeschaft konden worden. Het gevolg was een vermindering van het aantal Postbus 51-spotjes, bezuinigingen op voorlichtingsafdelingen en ingrijpende wijzigingen in de aanpak van voorlichtingscampagnes (Leeuw 1993; Wagenaar 1997).

Daarna is fors geïnvesteerd in onderzoek naar de effecten van massamediale overheidscampaagnes, in het bijzonder in de afgelopen tien jaar. In 1999 werd het zogeheten *tracking*-onderzoek ingevoerd, waardoor sindsdien iedere voorgenomen campagne is voorzien van voor-, tussen- en nametingen. Ook bestaat meer aandacht voor het werken met methoden die aan *best practices* zijn ontleend (Wever, Renes en Van Woerkum 2008).

De uitkomsten van deze evaluaties zijn niet gunstig. De mate waarin campagnes naast kennis en houding ook gedrag veranderen, is gering (Pol 2007). Een evaluatiecommissie van de Gezondheidsraad oordeelde in 2006: “De effecten op gedrag zijn minimaal tot nihil en voor zover effecten aantoonbaar zijn, betreft het programma’s waarin de massamediale voorlichting is gecombineerd met andere activiteiten zoals omgevingsveranderingen.”

Ook de Dienst Publiek en Communicatie (DPC) van het ministerie van Algemene Zaken constateert het uitblijven van door communicatie bereikte gedragseffecten. Uit de Jaarevaluatie 2008 van 28 uitgevoerde campagnes bleek dat van 47 doelstellingen gericht op kennisvermeerdering 40 procent daadwerkelijk werd gehaald. Van de 37 doelstellingen gericht op verandering van houding werd 19 procent bereikt en van 27 doelstellingen gericht op gedragsverandering 0 procent. Dat laatste percentage ligt al jaren laag.

Bij een aantal campagnes neemt het aantal mensen dat het gewenste gedrag vertoont niet toe, maar is wel sprake van een handhavingeffect. Dat wil zeggen dat het gedrag ook niet in negatieve zin verandert. Het aantal jongeren dat fietsverlichting blijft gebruiken en dat niet met alcohol achter het stuur kruipt, blijft gelijk. Dit gegeven is voor DPC aanleiding geweest om in het vervolg ook handhavingdoelstellingen te formuleren en te toetsen (DPC juni 2009).

Ten slotte blijkt uit een systematische analyse van campagnes dat de methodologische deskundigheid van de campagnemakers, die nodig is voor een goede campagne, vaak nog te laag is (Klaassen 2004).

9.2 VAN INJECTIENAALD NAAR CONTEXT

Dat de keuze voor massamediale overheids campagnes vaak gebaseerd is (geweest) op niet zo sterke veronderstellingen omtrent beïnvloeding van burgers, betekent niet dat er geen redenen meer zijn om dergelijke campagnes te voeren. In deze bijdrage brengen wij naar voren hoe massamediale overheids campagnes wel degelijk invloed uit kunnen oefenen op het gedrag van burgers, mits rekening wordt gehouden met een groot aantal factoren en de mate waarin de overheid die kan beïnvloeden.

9.2.1 THEORIEËN OVER DE INVLOED VAN MASSAMEDIA

We geven inzicht in die factoren door een aantal ontwikkelingen in de communicatie- en gedragswetenschappen te beschrijven. Daarbij zien we ook dat wat hiervoor 'de mythes van de massamediale overheids campagnes' werden genoemd, aanvankelijk behoorden tot de veronderstellingen van de communicatiewetenschap. De eerste theorieën over de invloed van de massamedia ontstonden in het begin van de vorige eeuw met de opkomst van de massamedia. De dominante modellen van massamedia gingen destijds uit van almachtige media, die in staat waren een onvervormde boodschap van zender aan ontvanger door te geven. Deze modellen waren geïnspireerd op de *stimulus respons theory*, die veronderstelde dat prikkels (stimuli) vrijwel direct en meteen sterke reacties (responsie) te weeg brachten. Bekende voorbeelden van deze theorieën hebben illustere namen, zoals de 'injectienaaldtheorie' (*hypodermic needle theory*), het 'direct-effectmodel' of de

theorie van het *band-wagon effect*. In deze theorieën werd het publiek gezien als een groep passieve ontvangers van massamedia die eenvoudig en instrumenteel te beïnvloeden is, zoals een dokter zijn patiënt injecteert (De Boer en Brennecke 2003).

Er is veel kritiek op deze theorieën, omdat ze te weinig rekening houden met hoe burgers in de praktijk informatie tot zich nemen. Alternatieve theorieën richtten zich daarom op de rol van de ontvanger als interpretator en daarmee omvormer van de boodschap van de zender, dan wel op de sociale context, ruis en processen die zich afspelen in de ruimte tussen zender en ontvanger en daarmee de macht van massamedia inperken. Voorbeelden van deze theorieën zijn het *two-step flow-model* (Lazarsfeld, Berelson en Gaudet 1968; Katz en Lazarsfeld 1955), het *multi-step flow-model*, zoals de theorie van *diffusion of innovation* (Rogers 1964) en de *strength of weak ties theory* (Granovetter 1973). Deze theorieën worden elders in dit hoofdstuk nader besproken. Overigens werd niet door iedereen de macht van de media betwijfeld. Sommigen wezen erop dat de media zelf bijdragen aan een dominante publieke opinie door bepaalde meningen niet in de berichtgeving door te laten en andere wel. Wie eenmaal wordt verzwegen en geen podium krijgt, verliest vanzelf invloed op de ontwikkeling van de publieke opinie. Dit wordt wel de *zwijgspiraal* genoemd (Noelle-Neumann 1980).

Een derde groep theorieën legde de macht juist bij het publiek waar de media zich op richt. Voorbeelden hiervan zijn de *uses and gratifications* benadering (Katz, Blumler en Gurevitch 1974), de *media system dependency*-theorie (Ball-Rokeach en DeFleur 1976) en theorieën die de nadruk leggen op interactiviteit (De Boer en Brennecke 2003).

Ten slotte zijn er theorieën die de inhoud van de mediaboodschap en het publiek in hun onderlinge samenhang bestuderen, de zogenoemde *audience cum content*-theorieën (De Boer en Brennecke 2003). Tot deze theorieën behoren onder andere die over *agendasetting* en over *priming* en *framing*. Deze komen verderop uitgebreider aan bod.

9.2.2 VERSPREIDING VAN IDEEËN, NORMEN EN INTERPRETATIES

Bij de communicatie tussen overheid en burger, en in het beïnvloedingsproces van het gedrag van de burger, is het ook cruciaal hoe het nieuws zich verspreidt door de sociale gemeenschap waartoe burgers behoren. Welke interpretaties worden er bijvoorbeeld aan overheidsboodschappen gegeven en wat betekent dat voor gedragsverandering? Wat anderen met informatie doen en hoe zij zich gedragen, blijkt een belangrijke voorspeller van gedrag.

Interactie en sociale omgeving

Bij het ontwerp van campagnes gaat de aandacht steeds meer uit naar de interactie die ontstaat bij de overdracht van boodschappen. Volgens Van Woerkum (2004) telt datgene wat zich tussen ontvangers afspeelt veel zwaarder dan wat gebeurt tussen zender en ontvanger, het onderwerp van de injectienaaldtheorie. Hoe thematiseren mensen een bepaald onderwerp? Op welke wijze labelen ze het onderwerp en de vragende partij c.q. de afzender? In welk vocabulaire praten zij over een onderwerp?

In gesprekken wordt niet alleen van alles over de werkelijkheid gezegd, we doen ook wat met de werkelijkheid als we erover praten (Te Molder en Potter 2005). Al dan niet bewust willen mensen iets bereiken met wat ze zeggen, hoe ze dat zeggen en tegen wie: mensen *framen* gebeurtenissen waarbij ze bepaalde informatie naar de voorgrond halen en andere naar de achtergrond drukken (Aarts 2009). In gesprekken (re)construeren mensen hun werkelijkheid.

De wijze waarop de sociale omgeving – bewust en onbewust – invloed heeft op de verwerking van een boodschap is daarmee een essentieel thema voor de professionele overheidscommunicatie geworden. Zo blijken Postbus 51-spotjes alleen effectief wanneer ze doorklinken in gesprekken die mensen met elkaar voeren (Aarts 2009). De Bob-campagne (tegengaan van alcoholgebruik bij autobestuurders) bleek effectief omdat het een gesprek tussen mensen op gang bracht. Daarom is niet de autoriteit van de boodschapper of afzender (bijvoorbeeld rijksoverheid c.q. ministerie van Verkeer en Waterstaat) doorslaggevend, maar van de *peer group*, die aanzet tot het gewenst gedrag (RVD/DPC 2007).

Volgens Deutsch en Gerard (1955) kunnen sociale normen op twee manieren sociale invloed hebben. Ten eerste is sprake van *informational normative influence*, wat inhoudt dat mensen de norm zien als informatie over welk gedrag het meeste voorkomt. De sociale omgeving geeft bijvoorbeeld in onduidelijke situaties een houvast met betrekking tot welke informatie juist is, wat de persoon moet vinden of doen. Ten tweede doet zich *social normative influence* voor in de vorm van ervaren sociale druk om zich te conformeren aan normen van anderen. De sociale omgeving verschaft ook beloningen door de waardering van gewenst gedrag. Goedkeuring van het eigen gedrag door mensen, die voor het individu in de naaste omgeving belangrijk zijn, is meestal erg prettig. Als bepaald gedrag door bijvoorbeeld vrienden of bekenden gewaardeerd wordt, zal dat hoogstwaarschijnlijk ook vaker vertoond worden.

Een belangrijke factor van de sociale omgeving is dat mensen deze vaak bewust of onbewust gebruiken als heuristiek (eenvoudige beslisregel) voor de keuzes die zij maken. Cialdini (2001) noemt dit het principe van *social proof*. Een belangrijke consequentie van dit principe is dat ideeën, normen en gedragingen zich op deze

wijze door een samenleving kunnen verspreiden (zie ook hoofdstuk 7). Hoe dit proces van informatierverspreiding precies verloopt, heeft men geprobeerd in verschillende theorieën en modellen te vatten, die we hieronder nader beschrijven.

Diffusiemodellen

Diffusiemodellen zijn op te vatten als een reactie op de injectienaaldtheorie, die een direct effect veronderstelde van massamediale campagnes op de maatschappij. In diffusiemodellen wordt schematisch geduid hoe informatie zich verspreidt. Lazarsfeld en anderen presenteerden het *two-step flow model of influence* (Lazarsfeld en Merton 1954; Katz en Lazarsfeld 1955; Lazarsfeld et al. 1968). Volgens dit model worden mensen bij verschillende keuzes, van politieke tot persoonlijke, meer beïnvloed door elkaar dan door de media. De theorie stelt verder dat eerst een kleine minderheid van opinieleiders wordt beïnvloed, die vervolgens fungeert als intermediair tussen de massamedia en de meerderheid van de maatschappij. Dit model werd later uitgebreid tot *multi-step flow models of influence*, die meerdere stappen onderscheiden in de informatiestroom door de maatschappij.

Een voorbeeld van zo'n *multi-step flow*-model is dat van *diffusion of innovations* van Rogers (1964; 2005). Dit model gaat ervan uit dat informele gesprekken de motor zijn voor sociale verandering. Bij een innovatie zal altijd eerst een kleine groep reageren (de *early adopters*) die eerst een *early majority* inspireert, waarna een *late majority* wordt bereikt. Uiteindelijk resteert alleen een kleine groep achterblijvers. Dit model is veelvuldig onderzocht waarbij ook beperkingen aan het licht zijn gebracht. Vooral het lineaire karakter van het model is bekritiseerd: mensen leven in zodanig complexe, meervoudige systemen dat ze niet zo makkelijk volgen bij innovaties.

De theorie van de *Strength of Weak Ties* van Granovetter (1973) sluit bij deze kritiek aan. Granovetter bestudeerde hoe informatie zich in sociale netwerken verspreidt. Hij constateert dat banden niet sterk hoeven te zijn (veel geïnvesteerde tijd, emotionele intensiteit en intimiteit en wederkerigheid) om informatie te verspreiden. Bepaalde populaties en publiek zijn bijvoorbeeld niet bereikbaar via sterke connecties, maar wel via zwakkere connecties. Deze *weak ties* zorgen ervoor dat informatie zich ook buiten groepen met sterke banden verspreidt, bijvoorbeeld van groep naar groep. Of mensen het voorbeeld van anderen overnemen en er een rage ontstaat, hangt volgens Granovetter (1978) af van de vraag of aan een kritiek percentage van meedoeners (*threshold*) is voldaan. Ook Banerjee (1992) en Bikchandani, Hirshleifer en Welch (1992;1998) toonden aan dat de opeenvolgende keuzes van vroege beslissers een grote impact kan hebben op de keuzes van latere beslissers, zelfs als deze rationeel handelen. Volgens hen kunnen informatiewater-vallen (*informational cascades*) ontstaan, doordat mensen de private informatie

die zij bezitten minder zwaar laten wegen dan de informatie die een eerdere keuze van andere mensen impliceert.

Watts en Dodds (2007) testten de *influential hypothesis* door een serie van computersimulaties van interpersoonlijke beïnvloedingsprocessen te gebruiken. Zij vonden dat onder de meeste omstandigheden grote cascades van invloed niet gedreven worden door invloedrijke personen, maar door een kritieke massa van makkelijk beïnvloedbare mensen. Hoewel hun resultaten niet uitsluiten dat invloedrijke personen een belangrijke rol hebben, geven deze wel aan dat de invloed van hen genuanceerder is dan vaak wordt verondersteld. Dat behoeft nauwkeuriger bestudering.

Sociale epidemieën

De doorgifte en acceptatie van berichtgeving verloopt vaak via grillige processen. Gladwell (2000) heeft dat aan de hand van proefnemingen in de Verenigde Staten laten zien. Deze processen kennen onder gunstige omstandigheden een omslagpunt, waarna een versnelling te zien is van de acceptatie van een nieuw idee, een boodschap of ander gedrag. Gladwell introduceerde in dit verband het begrip ‘sociale epidemie’: niet zozeer de bewuste motivatie tot acceptatie van vernieuwingen zet in beweging, als wel de – vaak onbewuste – sociale positie van actoren. Gladwell onderscheidt drie type actoren: verbinders (ze kennen iedereen, netwerken), kenners (zoeken informatie en zijn vaardig deze uit te delen) en verkopers (zijn in staat anderen te overtuigen). In feite sluit Gladwell aan bij het centrale idee van diffusie- en marketingtheorieën dat een kleine minderheid van individuen (*influentials*) een groot aantal *peers* kan beïnvloeden.

De sociale media – waaronder groepen internetfora en elektronische netwerken als Hyves, LinkedIn en Facebook – versnellen de diffusie van informatie en verbreden ook de mogelijkheden. In de marketing- en reclamewereld hebben deze inzichten geleid tot *word-of-mouth marketing* of *viral marketing*, waarbij wordt geprobeerd aan te sluiten bij sociale netwerken en belangrijke mensen in deze netwerken om een sociale epidemie teweeg te brengen. Verhalen zijn bij de diffusie van informatie, zoals een sociale epidemie, een belangrijke motor: veranderingen kunnen niet alleen worden herkend in de verhalen die mensen elkaar vertellen; ze komen tegelijkertijd ook via die verhalen tot stand (Aarts 2009; Rijnja en Van der Jagt 2004).

9.2.3 PERCEPTIE EN SELECTIE

Selectieve waarneming en aandacht

Zoals aangegeven concentreerde de tweede soort communicatietheorieën zich veel minder op de heldere boodschap van de zender, maar vooral op de wijze waarop informatie zich door de samenleving verspreidt. Mensen blijken niet direct alle

informatie tot zich te nemen die de media ze aanbieden. Daarentegen percipiëren mensen het nieuws selectief, door te filteren uit de veelheid van informatie die op hen afkomt. Dat doen ze bovendien zodanig, dat ze onaangename situaties zoveel mogelijk mijden. Deze treden bijvoorbeeld op als nieuwe informatie een spanning of inconsequentie laat zien tussen eigen opvattingen en eigen gedrag. Mensen zullen proberen de ontstane dissonantie te reduceren of te elimineren, door nieuwe cognities toe te voegen of bestaande te veranderen (Markus en Zajonc 1985). Deze theorie wordt wel de cognitieve dissonantietheorie van Festinger (1957) genoemd.

Ook in de marketing- en communicatiewereld is gereageerd op het blootleggen van het fenomeen van de cognitieve dissonantie. Daar speelde vooral de vraag hoe mensen geïnteresseerd raken om een specifieke boodschap uit het informatie-aanbod te selecteren, daaraan aandacht te schenken en daar ook daadwerkelijk iets mee te gaan doen. Een van de meest gehanteerde modellen in de marketing- en communicatiewereld bij het definiëren van informatieselectie is het AIDA-model (Strong 1925). Het model gaat ervan uit dat je als campagnemaker eerst aandacht trekt (*attention*), dan interesse wekt (*interest*), die vervolgens een verlangen voedt om meer te weten (*desire*), waarna mensen tot actie overgaan (*action*). Ervaring leert echter dat het al lastig is om van burgers of consumenten bewuste aandacht te krijgen voor een boodschap. Dit toont de beperkingen van het AIDA-model.

Weenig (1991) concludeerde op basis van een literatuurstudie naar persuasieve communicatie als een meervoudig proces dat er grofweg vijf fases onderscheiden worden in de literatuur: na de bewustwording bij de ontvanger van de persuasieve boodschap (*awareness*) volgt het aandacht schenken van de ontvanger aan de boodschap (*attention*), het verwerken van de boodschap (*information processing*), het aanpassen van het gedrag (*adaptation of behavior*) en het consolideren van het gedrag in het standaard repertoire (*consolidation of behavior*). Dit soort modellen blijft echter vasthouden aan een rationeel proces van informatieverwerking dat eerst leidt tot nieuwe attitudes en daarna tot veranderingen in gedrag. Ook Weenig (1991) constateerde dat dit in de werkelijkheid doorgaans anders loopt. In de eerste plaats kunnen fases worden overgeslagen of in een andere volgorde plaatsvinden. In de tweede plaats belemmeren soms juist de hier al beschreven selectiemechanismen aan de kant van de ontvanger dat massamediale campagnes na de eerste twee fases van het persuasieve proces ook gedragsverandering teweeg zullen brengen.

Informatieverwerking en bewustzijn

Veel informatie bereikt mensen niet werkelijk, omdat ze er niet mee in aanraking komen, er niet in geïnteresseerd zijn of de impact van de wel waargenomen informatie proberen te ontlopen (cognitieve dissonantie). Dat lijkt nadelig voor campagnemakers, maar er kan ook worden geprobeerd daar op te anticiperen en mensen op indirecte wijze te beïnvloeden. Het *elaboration likelihood model* voor-

ziet daarin, omdat het verklaart op welke verschillende wijzen mensen informatie verwerken (Petty en Cacioppo 1986).

Volgens dit model kan informatie via twee wegen worden verwerkt. De eerste weg is de centrale route, waarbij ontvangers zorgvuldig nadenken over de betekenis van argumenten die op hen afkomen. Hier kunnen ze informatie ook bewust negeren. De tweede weg is een perifere route, waarbij ontvangers zich bij de besluitvorming, bijvoorbeeld over hun gedrag, laten leiden door heuristieken (eenvoudige vuistregels). Dat kan erin bestaan dat ze zich laten leiden door wat bekende Nederlanders doen, wat aantrekkelijk is verpakt of wat appelleert aan emoties (Aarts en Van Woerkum 2008). Een hoge betrokkenheid, voorkennis en gelegenheid om de boodschap te verwerken zijn voorwaarden voor de centrale weg. Bij afwezigheid van deze factoren kan de campagnemaker zijn toevlucht nemen tot perifere *cues*, zoals de inzet van rolmodellen of *infotainment*, waarbij mensen haast ongemerkt een boodschap tot zich nemen.

De inzichten uit het *elaboration likelihood model* hebben ook belang voor de inrichting van overheidsinterventies. Deze blijken nog te vaak uit te gaan van rationele informatieverwerking. Zo concludeerde Wiers (2007) op grond van onderzoek naar interventies bij alcoholverslaving dat veelal eenzijdig het zogeheten 'reflectieve systeem' wordt aangesproken, wat vergelijkbaar is met de centrale route. Echter, bij alcoholverslaving laten mensen zich veel meer leiden door het automatische 'impulsieve systeem', vergelijkbaar met de perifere route. Om alcoholverslavingen te kunnen bestrijden, zou dus veel meer moeten worden aangesloten bij het perifere, impulsieve systeem.

Een heel andere manier van beïnvloeden, waarbij rationele afwegingen feitelijk omzeild worden, betreft het *primen* van ontvangers, iets wat in de commerciële reclame al langer wordt toegepast (Pol et al. 2007). Bij *priming* gaat het er om mensen gevoeliger te maken voor bepaalde ervaringen en wensen, door ze in een eerder stadium al in die richting te prikkelen. Dit kan doordat men vaak onbewuste boodschappen in de vorm van woorden of beelden aangeboden krijgt. Deze prikkels blijken attitudes en gedrag van individuen te kunnen beïnvloeden (Jacoby 1983). Beroemd is het experiment van Bargh (1997), waarin de ene helft proefpersonen woorden kregen aangeboden die verwezen naar onbeleefdheid en de andere helft woorden kreeg aangeboden die verwezen naar beleefdheid. Toen na afloop proefpersonen zich moesten melden bij de proefleider die in gesprek was met een medewerker, onderbrak een substantieel groter deel uit de 'onbeleefde' groep het gesprek.

Recent onderzoek laat zien dat *priming* vooral effectief is in situaties waarin deze aansluiten bij de (gemoeds)toestand van de deelnemers in de doelgroep (Bermeijinger et al. 2009; Karremans et al. 2006). Wie dorst heeft, is gevoeliger voor steelse boodschappen waarin drank wordt aangeboden.

9.2.4 COMMUNICATIE EN GEDRAG

Tot nog toe hebben we vooral belicht via welke wegen informatie burgers kan bereiken. Wat ze daar vervolgens mee doen is her en der al aangestipt, maar heeft nog niet centraal gestaan. Aan het begin van dit artikel stelden we al dat het idee dat communicatie eenvoudig gedrag kan veranderen, een mythe is. Zo bleek in de vorige paragraaf (en in andere bijdragen in deze verkenning) dat het van groot belang is, hoe in de omgeving bepaald gedrag wordt beoordeeld. Hieronder gaan we in op een theorie die een aantal van deze factoren bij elkaar brengt. Tevens belichten we een aantal prikkels tot gedragsverandering (consistentie, emoties) die de overheid in haar communicatie kan inzetten.

Theory of planned behavior

In de *theory of planned behaviour*, een veelgebruikte theorie in dit domein, brengen Ajzen en Madden (1986) enkele factoren bij elkaar die volgens hen gedragsintentie bepalen. De kiem voor deze theorie werd gelegd door Fishbein (1967). De theorie voegt dimensies toe die ontbraken aan de theorieën over cognitieve dissonantie en selectieve perceptie.

De theorie gaat ervan uit dat opgebouwde intentie de beste voorspeller van gedrag is. Deze wordt bepaald door de subjectieve norm of de sociale dimensie van gedrag, de attitude ten opzichte van het gedrag en de inschatting die iemand maakt van de effectiviteit van zijn eigen gedrag of zelfeffectiviteit (zie Bandura 1986). Ajzen en anderen spreken over de *perceived behavioral control*. De attitude is de waardering van zowel bepaald gedrag als de consequenties van dat gedrag. De subjectieve norm is de inschatting van het oordeel van mensen in de omgeving over bepaald gedrag en het belang dat zij hieraan toekennen. Met verwachte zelfeffectiviteit wordt de mate bedoeld waarin het individu denkt controle te hebben op het eigen gedrag of dit met enig succes denkt te kunnen sturen.

De *theory of planned behavior* vindt gretig aftrek onder campagnemakers, omdat die rekening houdt met meerdere aanknopingspunten voor gedragsbeïnvloeding van burgers: de eigen motivatie, de invloed van de omgeving en de ervaren waarden en normen. In paragraaf 9.3 komen we uitgebreid op deze theorie terug, omdat zij de basis vormt van onze benadering voor contextuele overheidscommunicatie.

Op deze theorie bestaat echter ook kritiek waar rekening mee gehouden moet worden. Zo duidt de theorie het begrip 'gedrag' wel erg algemeen. Er lijkt te worden uitgegaan van weloverwogen keuzegedrag zonder rekening te houden met andere varianten. Zo is er bij verslavingsgedrag sprake van een sterke afhankelijkheid, waarbij zelfeffectiviteit en wilskracht gering zijn. Ook is weinig aandacht voor het feit dat sommige onderdelen in het model dominant kunnen zijn. Bepaald sociaal gedrag komt vaak voort uit een dominante cultuur die een subjec-

tieve norm onder druk zet. Deze overheerst dan de intentie. Ten slotte lijkt gewoontegedrag juist weer zodanig automatisch, dat er geen welgevormde intentie aan voorafgaat (Aarts 2009)¹.

Gedragsprikkel, de theorie van Cialdini

Op diverse plaatsen is al aandacht geschonken aan het onbewust beïnvloeden van mensen, bijvoorbeeld door ze informatie toe te spelen via *priming*, of via hun *peer group*. Het is echter ook mogelijk om mensen zodanig te prikkelen dat gedrag haast automatisch en onbewust daarop volgt. Dit zou ook als kanttekening bij het bovenstaande model van Ajzen en anderen kunnen worden opgevat. Volgens Cialdini zijn er stimuli die direct ons gedrag beïnvloeden, en wel volgens een zestal basisprincipes: *reciprocity, commitment and consistency, authority, scarcity, liking en social proof* (Cialdini 2001). Hieronder besteden we aandacht aan enkele van deze principes. Het principe van *social proof* kwam al even langs in paragraaf 9.2.2. Het principe van wederkerigheid (*reciprocity*) wijst erop dat mensen die een gunst ontvangen, sterk geneigd zijn een gunst terug te bewijzen. Wie zich heeft uitgesproken zich te committeren, zal behoefte hebben om consistent te blijven. Ten slotte hebben mensen met autoriteit of met aantrekkingskracht (*liking*) meer invloed op het gedrag van andere mensen en zullen mensen zich ook laten beïnvloeden door schaarste van bijvoorbeeld een product.

Veel van Cialdini's onderzoek klink inmiddels al door in de campagnepraktijk. Zo werd bij de ontwikkeling van de Bob-campagne ingespeeld op de behoefte aan *commitment* en *consistency*, oftewel de neiging om eenmaal bekend gemaakte overtuigingen of gedragingen ten overstaan van anderen niet te wijzigen. In de campagne-uitingen verklaart iemand openlijk 'de Bob' te zijn en daarover een 'contract' met zichzelf en de groep aan te gaan. Deze anderen kunnen ervoor zorgen dat men eenmaal bekend gemaakte overtuigingen of gedragingen niet zo snel in het openbaar zal wijzigen.

Emoties en spijt

Emoties spelen een speciale rol bij gedragsverandering. Ze kunnen niet alleen de aandacht voor specifieke informatie vergroten of verkleinen, maar ook gedragsverandering ondersteunen of juist belemmeren (Elster 2000). Volgens Aarts en Van Woerkum (2006) wijst de praktijk uit dat emotionele functies verder ook de bindkracht of de betrokkenheid achteraf kunnen vergroten of oude kennis weten op te roepen (*reminder-effect*). In de praktijk wordt al gebruik gemaakt van de kennis van deze functies. Zo zetten billboards langs de Belgische snelwegen met om veilig rijgedrag smekende kinderen onbewust chauffeurs aan tot een blik op hun kilometerteller.

Van emoties wordt ook gebruikgemaakt in theorieën over 'geanticiperde spijt'. Ook deze past de overheid toe, bijvoorbeeld in campagnes tegen gehoorschade. Daar werd verondersteld en later ook geëxpliciteerd dat gedrag mede bepaald

wordt doordat mensen zich realiseren dat ze er later spijt van krijgen als ze doorgaan met op een oude voet doorleven. Onderdeel van deze campagne, *sound effects*, was een website waarop mensen hun favoriete muziek konden beluisteren, vervolgens konden aangeven hoe vaak en hoe lang ze naar disco's gingen, of ze rustpauzes namen en hoeveel uur ze met de koptelefoon naar muziek luisterden. Op basis hiervan rekende de computer de te verwachten gehoorschade uit. De websitebezoekers konden vervolgens nogmaals naar hun favoriete muziek luisteren, maar dan met gehoorbeschadiging. Een dergelijke ervaring lijkt te stimuleren dat mensen wel oordoppen willen gaan dragen (Bouman 2009).

Ook de campagne tegen SOA en AIDS maakt intussen gebruik van de theorieën van geanticiperde spijt. Recente tv-spots laten jongeren in beeld zien die een soa hebben. Hier wordt steeds geprobeerd aan te sluiten bij het feit dat individuen in staat zijn tot ander gedrag, waarover zij ook kunnen beschikken, afhankelijk van de eisen die de omgeving en zij zich zelf stellen. Dat gedragsrepertoire kent een 'geautomatiseerde' component, maar ook een vorm van zelfevaluatie, een reflectieve component. Deze wordt geactiveerd als mensen zich toekomstige, en zich voor te stellen, spijt voor ogen halen.

9.2.5 TUSSENCONCLUSIE

Boodschapverspreiding en gedragsverandering zijn in werkelijkheid veel complexer dan vaak wordt voorgesteld. Het is niet zo dat de overheid als met een injectienaald informatie de samenleving in kan spuiten om daar direct gewenst effect mee teweeg te brengen. Op het moment dat de overheid informatie de samenleving in brengt, gebeurt daar iets mee. Er is sprake van *bottom-up* processen waarbij burgers zich zelf organiseren en onderling informatie uitwisselen en daar betekenis aan geven. In haar communicatie moet de overheid daar rekening mee houden en zij kan er zelfs op inspelen door burgers via nieuwe media in haar communicatie te betrekken en de interactie met hen aan te gaan.

Mensen hebben een beperkt cognitief vermogen en zijn niet in staat om alle informatie en argumenten die op hen afkomen op een rationele manier te verwerken. Zij zijn selectief in de informatie die zij tot zich nemen en het verwerkingsproces verloopt vaak via onbewuste en automatische processen, waarbij de invloed van sociale en emotionele factoren niet moet worden onderschat.

Dit betekent voor de overheid dat zij niet alleen rekening moet houden met de rationele, bewuste route van gedragsbeïnvloeding, maar ook met routes die inspelen op onbewuste en automatische processen die werken via de sociale omgeving en emoties. In de marketing en reclame is dit al langer gebruikelijk. De overheid zal op zo'n manier met de burger in contact moeten komen dat zij zowel invloed kan uitoefenen op de informatie die de burger selecteert als op het proces van verwerking. Dit zou

bijvoorbeeld kunnen gebeuren door interactie tot stand te brengen tussen overheid en burgers, zodat de overheid zeker weet dat zij de aandacht van de burger heeft, gehoord wordt en zaken kan toelichten als de burger hier behoefte aan heeft.

9.3 EEN BENADERING VOOR CONTEXTUELE OVERHEIDSCOMMUNICATIE

De gedragswetenschappen hebben grote invloed gehad op de inzichten van de communicatiewetenschappen. Het heeft geleid tot een belangrijke verschuiving, sommigen spreken zelfs van een paradigmawisseling (Van Woerkum 2004), van het klassieke beeld van de injectienaald naar een realistischer en natuurgetrouwer beeld van gedragsbeïnvloeding.

In dat nieuwe ‘paradigma’ wordt gefocust op de context waarin burgers keuzes maken en informatie zich verspreidt. In deze paragraaf presenteren wij een contextuele benadering voor overheidscommunicatie, die hierbij aansluit. De kern van deze benadering is dat niet de boodschap van de zender tot uitgangspunt wordt genomen, maar de burger en zijn context. Voor deze benadering sluiten we ons aan bij het model van Ajzen, dat besproken is in de vorige paragraaf, waar we een aantal factoren aan toevoegen en illustreren die voor overheidscommunicatie van belang zijn. Tot de context behoren alle elementen in de leefomgeving die beïnvloeden en bepalen hoe de burger communicatie-uitingen van de overheid waarneemt en hier betekenis aan verleent. Ook elders wordt al voor een dergelijke benadering gekozen voor overheidscommunicatie, zoals herkenbaar is in de ecologische benadering van de Britse *Strategy Unit* (2004). Deze kijkt voor gedragsbeïnvloeding niet alleen naar het individu, maar ook naar het ecologische systeem of de omgeving waarbinnen dit individu zich begeeft.

9.3.1 BETEKENISVOLLE BOODSCHAPPEN VOOR GEDRAGSVERANDERING

We gaan er bij deze benadering vanuit dat mensen in het algemeen worden gedreven door twee motivationele principes. Het eerste, de mate waarin mensen streven naar de meest positieve opbrengst, het belonings- of utiliteitsprincipe, is elders in deze bundel uitvoerig aan bod geweest (zie hoofdstuk 2 en 3). Het ging daarbij om aan het gedrag verbonden baten. Deze kunnen zowel materieel als immaterieel zijn, bijvoorbeeld in de vorm van waardering of bewondering vanuit de directe sociale omgeving.

Voor dit betoog willen we ons vooral op het tweede principe richten, namelijk het actieve streven naar cognitieve ordening en zinvolle betekenisverlening. Dit betreft het verwerkingsproces van informatie om de ongestructureerde en soms chaotische werkelijkheid te begrijpen en daaraan betekenis te verlenen.

Wij onderzoeken hoe mensen betekenis verlenen en hoe de overheid daarop kan aansluiten in massamediale campagnes. Antwoorden op die vragen vormen belangrijke ingrediënten van het recept voor effectieve overheidscommunicatie. Het proces van betekenisverlening komt op gang wanneer individuen de werkelijkheid niet meer kunnen begrijpen met de routines, schema's of ervaringen die binnen de context beschikbaar zijn. Dit gebeurt bijvoorbeeld wanneer individuen door een overvloed aan vaak tegenstrijdige informatie in verwarring raken, met als gevolg dat men bepaalde gebeurtenissen op verschillende manieren duidt. Ook onzekerheid door gebrek aan informatie of kennis kan een aanleiding zijn om naar zinvolle betekenissen te zoeken.

Het concept betekenisverlening (*sense making*) is geïntroduceerd door Karl E. Weick (1979; 1995). Hoewel Weick zijn ideeën vooral baseert op onderzoek naar veranderingsprocessen binnen organisaties, zijn deze goed bruikbaar voor de overheidscommunicatie. Pas wanneer de nieuwe informatie aansluit bij de mechanismen die binnen die context werkzaam zijn, kan het individu de situatie op voor hem zinvolle wijze duiden en daarmee ook zicht krijgen op hoe men zich moet gedragen (Weick 1995: 86-105 e.v.).

Om draagvlak te verwerven gaat het er dus om zo veel mogelijk gezamenlijke betekenissen te creëren. Dit houdt voor de praktijk van communicatie in dat het verstrekken van alleen maar feitelijke informatie volstrekt onvoldoende is. Het gaat er om de betekenis van de situatie voor de burger of groepen burgers te leren begrijpen en waar mogelijk bij te sturen om vervolgens een handelingsperspectief voor alternatief gedrag te bieden (Seydel 2009). Effectieve communicatie bevat een narratief, een 'verhaal', waarin een 'betekenisvolle beschrijving' van de huidige context en een aansprekende omschrijving van de context voor actie zijn opgenomen. We gebruiken hier het begrip 'context', omdat, zoals boven beschreven, alle belangrijke elementen in de omgeving van de gebeurtenis daarin geduid en betrokken worden (Galimberti et al. 2001).

9.3.2 DETERMINANTEN VOOR SUCCES

Binnen deze algemene contextuele benadering onderscheiden wij vijf onderling samenhangende determinanten van gedrag en betekenisverlening. Die verdienen speciale aandacht bij het ontwerp van massamediale campagnes:

- de verwachtingen of attitudes van individuen;
- de sociale omgeving;
- zelfeffectiviteitsverwachtingen;
- emoties;
- vertrouwen.

De verwachtingen of attitudes van individuen

Een van de determinanten van gedrag die we al zagen in het model van Ajzen en Madden, betreft de opvattingen of verwachtingen omtrent het gedrag. Elk individu heeft een reeks verwachtingen over wat het uitvoeren van het gedrag in kwestie zal opleveren. Deze verwachte voor- en nadelen worden uitkomstverwachtingen genoemd (Bandura 1986). De attitude is het oordeel van de persoon zelf over het vertonen van het gedrag. Ze vormt een afweging van alle voor- en nadelen die de persoon aan het gedrag verbonden acht. Deze zijn niet alleen gebaseerd op logische redeneringen en verstandelijke overwegingen, maar ook op diepgewortelde gewoontes en 'irrationele' overtuigingen. De afweging die gemaakt wordt, is een aangeleerde neiging om op een systematisch gunstige of ongunstige wijze te reageren op een object of gedrag. Het begrip uitkomstverwachting gaat verder, omdat het ook betrekking heeft op de te verwachten consequenties van bepaalde gedragingen. In wezen gaat het dus om consequenties die aan bepaald gedrag verbonden zijn, naast de evaluatie van voor- en nadelen.

De sociale omgeving

We hebben gezien dat het gedrag van een individu tevens wordt bepaald door de sociale invloed uit de omgeving op het individu. Onder sociale invloed wordt de invloed van anderen uit de omgeving verstaan. In de eerder al beschreven theorieën van Fishbein en Ajzen wordt hieraan ook veel betekenis toegekend. Het gedrag van mensen wordt bij voortduring beoordeeld door anderen en de wijze waarop anderen denken over voorgenomen handelingen is bepalend voor het vertoonde gedrag. Het cognitieve ordeningsprincipe en het beloningsprincipe zijn ook van toepassing als het gaat om de invloed van de sociale omgeving. Zoals al eerder aangehaald, zet het veel voorkomende gedrag in de omgeving vaak aan tot navolging van dit gedrag.

Voor de overheidscommunicatie blijkt hieruit het belang om wenselijk gedrag meer te bevestigen dan te proberen onwenselijk gedrag te ontkrachten. Juist het beschrijven of tonen van de ongewenste norm zette aan tot navolging in de verkeerde richting (Pol 2008). Dit wordt ook onderschreven door de bevindingen van Cialdini op het gebied van *descriptive norms* en *injunctive norms* ((zie hoofdstuk 7) en de *Broken Window Theorie* (zie hoofdstuk 8). Een voorbeeld hiervan is de *smiley*-campagne, die de gemeente Rotterdam voorafgaand aan de oud en nieuw-feesten in 2008 voerde. Er werd aangesloten bij het bestaande gevoel van mensen om leuk feest te gaan vieren en niet bij het rottige gedrag dat sommigen van hen achterwege zouden moeten laten.

Zelfeffectiviteitsverwachtingen

Zelfeffectiviteit of de wilskracht (zie hoofdstuk 3) bepaalt in hoeverre een individu zich in staat acht bepaald gedrag daadwerkelijk uit te voeren, dan wel na te laten.

Ook Ajzen voegde dit verband later aan zijn model toe. Iemand is bijvoorbeeld van mening dat roken slecht is voor zijn gezondheid. Hij vindt longkanker, als een mogelijk gevolg van het roken, een ernstige aandoening en acht zich daarvoor kwetsbaar. Deze persoon heeft dan een hoge uitkomstverwachting van het stoppen met roken. Toch is het heel goed mogelijk dat hij zich niet in staat acht om het roken daadwerkelijk achterwege te laten. Deze persoon heeft ten aanzien van het stoppen met roken een lage zelfeffectiviteitsverwachting.

Bij de inschatting van de zelfeffectiviteit spelen vroegere ervaringen vaak een rol, omdat mensen op basis van deze ervaringen schatten hoe moeilijk of makkelijk het voor hen is om het bewuste gedrag te wijzigen. Ze kunnen zich daarbij baseren op eerdere pogingen, bijvoorbeeld om te stoppen met roken. Ook kunnen zij afgaan op ervaringen die anderen hebben opgedaan.

Het succes op lange termijn van een poging tot gedragsverandering wordt dus in belangrijke mate door de zelfeffectiviteitsverwachting beïnvloed. Mensen met een hogere verwachting ten aanzien van hun zelfeffectiviteit zullen vaker slagen in een poging te stoppen met roken. Zij doen niet alleen beter hun best, maar laten zich ook minder snel ontmoedigen door een tegenslag of terugval (Christenhusz et al. 2007). Of iemand bepaald gedrag uiteindelijk uitvoert, is tevens voor een deel afhankelijk van reële barrières, zoals een gebrek aan geld of tijd.

Als burgers zich alleen tot gedragsverandering laten oproepen door de overheid, als ze denken dat ze daar ook toe in staat zullen zijn, moet de overheid daar rekening mee houden. Mensen zijn minder geneigd naar boodschappen te luisteren waarin de afstand tussen hun bestaande gedrag en het gewenste gedrag te groot wordt gemaakt. Daardoor kunnen ze gedragsverandering als te hoog gegrepen inschatten. Bovendien kan hun zelfbeeld worden aangetast – waar ze zich tegen zullen beschermen – of hebben ze geen idee hoe ze blijvend hun gedrag kunnen veranderen.

Resultaten uit het tracking-onderzoek van Postbus 51-campagnes bevestigen dat het geven van een handelingsperspectief dat mensen helpt om zich hun nieuwe gedrag voor te stellen en stapsgewijs te realiseren – door ook gebruik te maken van laagdrempelige ondersteunende media en kanalen – de effectiviteit van campagnes verhoogt (DPC 2009). Ook aan de overheid gelieerde organisaties maken hier gebruik van. Stivoro heeft een speciale campagne die mensen uitnodigt (te ervaren hoe het is) om in ieder geval één dag niet te roken en ze niet direct te belasten met het volledig te moeten stoppen.

Emoties

We hebben gezien dat een meer emotionele of affectieve aanpak van de communicatie effectiviteit daarvan kan verhogen (DeSteno et al. 2004;

Keller, Siegrist en Gutscher 2006). Een boodschap waarin slachtoffers van een overstromingsramp over hun ervaringen vertellen heeft een grotere invloed op de inschatting van risico's dan boodschappen die slechts feiten bevatten (Keller, Siegrist en Gutscher 2006).

Het gebruik van affect in de communicatie en andere vormen van communicatie is duidelijk in ontwikkeling, zowel theoretisch als praktisch, zoals ook uit het recente promotieonderzoek van Pin (2009) blijkt. Zij laat zien dat betrokkenheid de basis vormt voor acceptatie van nieuwe informatie, maar dat emotie uiteindelijk bepalend is voor het effect. Voorlichting over verkeersveiligheid heeft veel meer effect wanneer een appel wordt gedaan op emoties en daarnaast adviezen worden gegeven over veilig rijgedrag dan wanneer de boodschap een dreigend karakter heeft (Lewis et al. 2007). Met andere woorden, het succes van acceptatie van nieuwe informatie wordt mede bepaald door de mate waarin overheid erin slaagt contact te maken met emotionele onderstromen van het publiek.

Het effect van communicatie kan men vergroten door beter aan te sluiten bij de (emotionele) stimuli in het keuze- en gedragsproces van de burger. Deze keuzes kunnen rationeel zijn, terwijl in andere gevallen meer gevoelsmatige factoren een rol spelen. O'Neill en Nicholson-Cole (2009) vonden dat dreigende voorlichting over de gevolgen van klimaatverandering alleen maar de aandacht van het publiek trok, maar niet leidde tot een grotere betrokkenheid. Voorlichting die aansloot bij de dagelijkse emoties, zorgen en beelden die men over het klimaat heeft, leidden wel tot een grotere betrokkenheid.

In overheidscommunicatie is al een tendens waarneembaar naar het gebruik van affectieve factoren, al zou de overheid ook in de directe interactie met de burger veel meer aandacht kunnen schenken aan de emotionele component. In bijvoorbeeld veel brieven van burgers klinkt een emotie door. Emoties als boosheid, zorg en angst blijken vaak de drijfveer om te schrijven (Van der Pool en Brand 2008).

Vertrouwen

Vertrouwen van de zender vormt een van de belangrijkste factoren voor effectieve communicatie. Volgens Putnam en anderen (1993) is vertrouwen de basis voor het vermogen van een samenleving om op een effectieve en efficiënte manier met elkaar samen te werken en op een doelmatige wijze plannen uit te voeren. Fukuyama (1995) wijst erop dat vertrouwen tussen burgers onderling en tussen de burgers en de overheid van invloed is op het sociaal klimaat en de werking van maatschappelijke instellingen in een land.

Een veelgestelde vraag is dan ook of het vertrouwen in de overheid tanende is. Volgens Van de Walle (2003) is hier geen enkel wetenschappelijk bewijs voor, omdat opinies over het vertrouwen in de publieke sector veelal zijn gebaseerd op uitslagen van eenmalige enquêtes. Het gaat hierbij om bepaalde gebeurtenissen of om de aanpak van crises, zoals we bij de kredietcrisis zagen. Bovendien is een zekere mate van wantrouwen gezond en kan die helpen om de overheid scherp te houden.

Het is dan ook weinig zinvol om ons hierbij de algemene vraag te stellen of er wel of geen vertrouwen in de overheid of politiek bestaat. Voor een betekenisvolle communicatie is het effectiever om gericht na te gaan wie of wat er op een bepaald moment vertrouwd wordt en wat de drijfveren daarachter zijn. Internationaal onderzoek wijst uit dat burgers er veel waarde aan hechten om op een reële wijze gehoord te worden, met waardigheid en respect (zie ook hoofdstuk 5).

9.4 COMMUNICATIE NAAR HET HART VAN HET BELEID

Dan is er nog één laatste voorwaarde waaraan voldaan moet zijn, wil men daadwerkelijk effect sorteren met communicatie, namelijk consistentie. Traditioneel is bij de overheid communicatie een discipline, die pas aan het einde van de rit wordt ingeschakeld. Nadat het beleid is ontworpen, besproken en aanvaard, wordt de voorlichter gevraagd het kant-en-klare beleid ‘uit te leggen’ aan de burgers, die zich vervolgens blijmoedig zullen gedragen volgens de nieuwe regels. Dit is een benadering die volstrekt haaks staat op de contextuele benadering die we hierboven hebben voorgesteld.

Daar begint men juist bij de beleving van de burger en kijkt men door zijn ogen en vanuit de context van zijn omgeving. Een beleidsmaker die vanuit dat standpunt kijkt, zal veel eerder oog hebben voor de bevreemding die de burger kan bevangen als woorden en daden van de overheid niet met elkaar in overeenstemming zijn. Concreet: als de spreekwoordelijke zweep (regelgeving) of peen (voorzieningen) niet in overeenstemming zijn met een tamboerijn (communicatieve prikkels).

Bij gebrek aan consistentie zullen ontvangers dan hun eigen conclusies over de bedoelingen van de overheid trekken, en meestal zijn dat niet de bedoelingen die overheid had beoogd. Wat betekent het dat het ene ministerie predikt dat alcohol drinken niet schadelijk is zolang je niet achter het stuur kruipt (v&w; Bob-campagne), terwijl een ander ministerie zich beijvert duidelijk te maken dat “drank meer kapot maakt dan je lief is” (vws; campagne NSIB/Trimbos). Alleen wanneer de verschillende beleidsinstrumenten met elkaar in overeenstemming zijn en dezelfde kant op wijzen, mag men verwachten dat communicatie effect heeft.

Gelukkig maken diverse praktijkbeschrijvingen en beschikbare studies duidelijk dat meer en meer kruisbestuiving plaatsvindt van de sturingsinstrumenten die de

overheid ten dienste staan. De beleidspraktijk laat zien hoe in de verschillende fasen van beleidsvorming – en vooral bij agendering, probleem(h)erkenning en selectie van interventies en oplossingen – gezocht wordt naar kansrijke benaderingen, op basis van drie typen sturingsinstrumenten, de zweep (verbod), de peen (voorziening) en de preek (voorlichting; Rijnja en Meuleman 2004). Het advies van de Commissie Toekomst Overheidscommunicatie (2001) is hierbij van betekenis geweest. De Commissie Leefstijlcampagnes van ZonMw² kent extra subsidie toe voor campagnes waarbij samenwerking wordt nagestreefd (ZonMw 2003). Het appel om communicatie ‘in het hart van het beleid’ te laten nestelen, moet gescheiden en verkokerde trajecten blootleggen (Commissie Toekomst Overheidscommunicatie 2001). Goede voorbeelden zijn de introductie van het nieuwe rookbeleid of bij (extra) fietsverlichting.

Een jarenlange dominante voorlichtingsaanpak (antirookcampagnes) kreeg vleugels door het creëren van speciale voorzieningen (peen: rookruimten en stopondersteuning via internet en steeds vaker ook apothekers en huisartsen) in samenhang met strenge regelgeving (zweep: verbod op roken in openbare ruimten en horecagelegenheden). Bij een campagne voor fietsverlichting werden regels en handhaving (zweep) en nationale voorlichtingscampagnes (preek: “Fiets als een vorst, fiets verlicht”), later aangevuld met lokale acties om gedurende een beperkte periode gratis je fiets na te laten kijken (peen).

9.5 TOT SLOT

De burger bepaalt voor een belangrijk deel hoe hij of zij de overheid toelaat in de eigen sociale context en leefwereld. Op vele plaatsen zien we dat keuzes van het publiek – ondersteund door sociale media en andere digitale vormen van communicatie – afhangen van de betekenissen die zij toekennen aan wat op hen afkomt. Ze omkaderen (*framen*) zelf hun leefwereld en geven daarbinnen regels, voorzieningen en boodschappen een plaats en betekenis. Alleen de zender die deze leefwereld (h)erkent en benut, is in staat om contact te maken om vervolgens te streven naar duurzame verandering van bestaande houdingen en gedragingen. Hoe belangrijk het is om rekening te houden met betekenisverlening door doelgroep van een overheids campagne, bleek dit voorjaar bij de inentingscampagne tegen baarmoederhalskanker.

Door de geïntegreerde toepassing van inzichten uit verschillende wetenschappelijke disciplines maakt een contextuele benadering het mogelijk om écht contact te maken, emoties te honoreren en vervolgens instrumenteel te ‘stapelen’ met passende arrangementen van penen, zwepen en preken. Meervoudige problemen vragen meervoudige arrangementen, en dat begint bij het vat krijgen op de manier waarop burgers communiceren met elkaar en met de overheid en tot keuzes (kunnen) komen.

NOTEN

- 1 Het gaat hier om Noelle Aarts, hoogleraar strategische communicatie aan de UvA. Meer informatie over gewoontegedrag is ook te lezen in de bijdrage in deze verkenning van Henk Aarts, hoogleraar sociale psychologie in Utrecht.
- 2 De Commissie Leefstijlcampagnes adviseert het ministerie van VWS over subsidiëring van campagneplannen van gezondheidsbevorderende instellingen. Zij is ondergebracht bij de organisatie voor onderzoek en ontwikkeling ZonMw.

BIBLIOGRAFIE

- Aarts, N. (2009) *Gesprek zonder einde*. Oratie, Amsterdam: UvA.
- Aarts, N. en Woerkum, C. van (2008) *Strategische communicatie, principes en toepassingen*, Assen: Van Gorcum.
- Ajzen, I. en Madden, J.T. (1986) 'Prediction of goal-directed behaviour. Attitudes, intentions and perceived behavioral control', *Journal of Experimental Psychology* 20, 453-474.
- Ball-Rokeach, S. en DeFleur, M.L. (1976) 'A dependency model of mass-media effects', *Communications Research* 3, 1: 3-21.
- Bandura A. (1986) *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Banerjee, A. (1992) 'A Simple Model of Herd Behavior', *Quarterly Journal of Economics* 107: 797-817.
- Bargh, J.A. (1997) The automaticity of everyday life in R.S. Wyer (red.), *Advances in social cognition* 10, 1-61. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Baumeister, R.F. (1998) 'The self (4th ed.)' 680-740 in D.T. Gilbert, S.T. Fiske en G. Lindzey (Red.), *Handbook of social psychology*, New York: McGraw-Hill.
- Bermeitinger, C., Goelz, R., Johr, N., Neumann, M., Ecker, U.K.H. en Doerr, R. (2009) 'The hidden persuaders break into the tired brain'. *Journal of Experimental Social Psychology* 45, 2: 320-326.
- Bikchandani, S., Hirshleifer, D. en Welch, I. (1992) 'A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Informational Cascades', *Journal of Political Economy* 100: 992-1026.
- Bikchandani, S., Hirshleifer, D. en Welch, I. (1998) 'Learning from the Behavior of Others: Conformity, Fads, and Informational Cascades', *Journal of Economic Perspectives* 12: 151-170.
- Boer, C., Brenneke, S. (2003) *Media en Publiek: Theorieën over media-impact*, Amsterdam: Boom.
- Bouman, M.P.A., Tol C. P. M. van, Rijnja, G.W. en Regt, W. de (2009) *Gebundelde inspiratie. Leefstijlcampagnes in de schijnwerpers*, ZonMw, januari 2009.
- Christenhusz, L., De Jongh, F., Valk, P. van der, Pieterse, M., Seydel, E., en Palen, Van der J. (2007) 'Comparison of three carbon monoxide monitors for determination of smoking status in smokers and nonsmokers with and without COPD', *Journal of Aerosol Medicine: Deposition, Clearance, and Effects in the Lung* 20, 4: 475-483.
- Cialdini, R.B. (2001) *Influence: Science and Practice*, Boston: Allyn & Bacon.
- Commissie Toekomst Overheidscommunicatie (2001) *In dienst van de democratie*, Den Haag: Sdu.
- DeSteno, D., Petty, R.E., Rucker, D.D., Wegener, D.T. en Braverman, J. (2004) 'Discrete emotions and persuasion: The role of emotion induced expectancies', *Journal of Personality and Social Psychology* 86: 43-56.
- Deutsch, M. en Gerard, H.B. (1955) A study of normative and informational social influen-

- ces upon individual judgment, *Journal of Abnormal and Social Psychology* 51: 629-636.
- Dienst Publiek en Communicatie (2009) *Metten van invloed, invloed van meten, tien jaar campagne-effectonderzoek 1999-2009*, Den Haag: ministerie van Algemene Zaken, DPC.
- Dijksterhuis, A. (2007) *Het Slimme onbewuste*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Elster, J. (2000) *Ulysses Unbound*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Festinger, L. (1957) *A theory of cognitive dissonance*, Stanford, CA: Stanford University Press.
- Fishbein, M. (1967) Attitude and the prediction of behavior in M. Fishbein (red.), *Readings in attitude theory and measurement*, New York: Wiley.
- Fukuyama, F. (1995) *Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity*, New York: Free Press.
- Galimberti, C., Ignazi, S., Vercesi, P. en Riva, G. (2001) 'Communication and cooperation in networked environments: An experimental analysis', *Cyberpsychology and Behavior* 4, 1: 131-146.
- Gladwell, M. (2000) *The Tipping point*, London: Little Brown.
- Granovetter, M.S. (1978) 'Threshold Models of Collective Behavior', *American Journal of Sociology* 83: 1420-43.
- Granovetter, M., S. (1973) 'The Strength of Weak Ties', *American Journal of Sociology*, 78: 1360-1380.
- Jacoby, L.L. (1983) 'Perceptual Enhancement: Persistent Effects of an Experience', *Journal of Experimental Psychology. Learning, Memory, and Cognition* 9, 1: 21-38.
- Karremans, J.C., Stroebe, W. en Claus, J. (2006) 'Beyond Vicary's fantasies: The impact of subliminal priming and brand choice', *Journal of Experimental Social Psychology* 42: 792-798.
- Katz, E. en Lazarsfeld, P.F. (1955) *Personal Influence; the Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, Glencoe, IL: Free Press.
- Katz, E., Blumler, J. G. en Gurevitch (1974) 'Uses of mass communications by the individual' in J.G. Blumler & E. Katz (eds, *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*, Beverly Hills: Sage.
- Keller, C., Siegrist, M. en Gutscher, H. (2006) 'The Role of the Affect and Availability Heuristics in Risk Communication', *Risk Analysis* 26, 3: 631-639.
- Klaassen, R. (2004) *Voorlichtingskundig ontwerpen, de totstandkoming van Postbus 51 campagnes*, Assen: Van Gorcum.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., en Gaudet, H. (1968) *The People's Choice: How the Voter Makes Up his Mind in a Presidential Campaign*, New York: Columbia University Press.
- Lazarsfeld, P., en Merton, R. (1954) 'Friendship as Social Process: A Substantive and Methodological Analysis' in M. Berger, T. Abel & C. Page (red.), *Freedom and Control in Modern Society*, New York: Van Nostrand, 18-66.
- Leeuw, F. de (1993) 'Uitgaven en effecten van overheidsvoorlichting' in *De wereld van Postbus 51; voorlichtingscampagnes van de rijksoverheid*, Houten: Bohn Stafleu van Loghum.

- Lewis, M.J., Watson, B., White, K.M. en Tay, R. (2007) 'Promoting Public Health Messages: Should We Move Beyond Fear-Evoking Appeals in Road Safety', *Qualitative Health Research* 17, 1: 61-74.
- Markus, H. en Zajonc, R.B. (1985) 'The cognitive perspective in social psychology' in G. Lindzey & E. Aronson (red.), *Handbook of social psychology*, 3rd Edition, New York: Random House.
- Molder, H. te, en Potter, J. (2005) *Conversation and Cognition*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Noelle-Neumann, E. (1980) *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*, München: R. Piper & Co. Verlag.
- O'Neill, S. en Nicholson-Cole, S. (2009) 'Fear Won't Do It, Promoting Positive Engagement With Climate Change Through Visual and Iconic Representations', *Science Communication* 30, 3: 355-379.
- Petty, R.E. en Cacioppo, J.T. (1986) *Communication and persuasion. Central and peripheral routes of attitude change*, New York: Springer-Verlag.
- Pin, R.R. (2009) *Perceptions of nutragenomics: affect, cognition & behavioral intention*. Thesis. Persistent URL for this record <http://purl.org/utwente/61332>; Official URL: <http://dx.doi.org/10.3990/1.9789036528207>.
- Pol, B. (2008) *Tussen professoren en professionals*, openbare les, Hogeschool van Utrecht.
- Pol, B., C. Swankhuisen en Vendeloo, P. van (2007) *Nieuwe aanpak in overheidscommunicatie*, Bussum: Coutinho.
- Pool, E. van der, en Brand, E. (2008) *Graag in leesbaar Nederlands. Onderzoek Uitgevoerd in opdracht van de Nationale ombudsman door het Lectoraat Human Communication Development*, Hogeschool Arnhem en Nijmegen.
- Putnam, R.D., Leonardi, R. en Nanetti, R.Y. (1993) *Making Democracy Work*. Princeton: Princeton University Press.
- Rijnja, G. en Meuleman (2004) *Maken we beleid begrijpelijk of begrijpelijk beleid? De verplaatsing van communicatie*, RVD Platformreeks, Den Haag: Sdu.
- Rijnja, G. en Jagt, R. van der (2004) *Storytelling, de kracht van verhalen in communicatie*, Alphen aan den Rijn: Kluwer.
- Rogers, E.M. (1964) *Diffusion of Innovations*, Glencoe: Free Press.
- RVD/Dienst Publiek en Communicatie (2006) *Voorspellende waarde*.
- RVD/Dienst Publiek en Communicatie (2007) *Aandacht voor overheids campagnes*.
- RVD/Dienst Publiek en Communicatie (2009) *jaarevaluatie 2008*.
- Seydel, E. (2009) 'De kunst van het duiden', *Magazine Nationale Veiligheid en Crisisbeheersing* 7, 4: 22-23.
- Strategy Unit (2004) *Personal Responsibility and Changing Behaviour: the state of knowledge and its implications for public policy*, London.
- Strong, E.K. (1925) 'Theories of Selling', *Journal of Applied Psychology* 9: 75-86.
- Wagenaar, M. (1997) *De Rijksvoorlichtingsdienst: Geheimhouden, toedekken en openbaren*, Den Haag: Sdu.
- Walle, S. van de, Kampen, J.K., Bouckaert, G. en Maddens, B. (2003) *Rapport: Stereotype beelden over ambtenaren en overheidsdiensten*, Identificatie-nummer: IO05050015

- Watts, D. J. en Dodds, P.S. (2007) 'Influentials, Networks, and Public Opinion Formation', *Journal of Consumer Research*, 34: 441-458.
- Weenig, M.H. (1991) *Information Diffusion and Persuasion in Communication Networks: The Strength of Weak and Strong Ties*, Leiden: Leiden University Press.
- Weick, K.E. (1979) *The Social Psychology of Organizing*, New York: Random House.
- Weick, K.E. (1995) *Sensemaking in Organizations*, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Wever, A.R., Renes, J. en Woerkum, C. van (2008) *Water en olie, dat mengt niet vanzelf*, Wageningen: WUR.
- Wiers, R. (2007) *Slaaf van het onbewuste; over emotie, bewustzijn en verslaving*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Woerkum, C.M.J. van (2004) *Organisaties in hun biotoop: over de (on)mogelijkheden van communicatiemanagement*. Oratie Wageningen: WUR.
- ZonMw (2003) *Programma Landelijke Leefstijlcampagnes 2003-2008*, Den Haag: ZonMw.

DEEL 3

Achtergronden

10 ZIT IRRATIONALITEIT IN DE AARD VAN DE MENS? DE NEUROBIOLOGIE VAN BESLUITVORMING

Vasily Klucharev en Ale Smidts

“Most people would rather die than think; in fact, they do so.”

Bertrand Russell

In 1961 onderging epilepsiepatiënt W.J. een operatie waarbij zijn hersenhelften van elkaar werden gescheiden door het corpus callosum, de verbinding tussen beide hersenhelften, door te snijden (Gazzaniga 2005). Na deze operatie bleef zijn persoonlijkheid onveranderd, maar vertoonde hij wel vreemd gedrag. Bij de zogenoemde ‘blokpatronentest’ (waarbij iemand wordt gevraagd met blokken een bepaald patroon na te maken) bleken zijn handen met elkaar in competitie. Zijn rechterhand veranderde steeds het patroon dat zijn linkerhand had gelegd. Een vergelijkbaar verschijnsel staat bekend als het *alien hand syndrome* – een zeldzame aandoening die optreedt bij patiënten met hersenletsel en neurale degeneratie. De patiënt heeft het gevoel alsof zijn hand wordt gestuurd door een externe kracht. Eén patiënt moest stoppen met autorijden, omdat zijn linkerarm een oncontroleerbare neiging had om het stuur vast te pakken en er onbeheerst aan te trekken. Een andere patiënt was zelfs bang voor haar hand en zei: “Houd dit monster alsjeblieft tegen, anders doodt het me nog” (Leiguarda et al. 1993).

Deze voorbeelden illustreren de opvatting van de moderne neurowetenschap dat menselijk gedrag en besluitvorming zijn gebaseerd op verschillende neurale systemen die onderling kunnen wedijveren. Neurowetenschappelijk onderzoek heeft hersenmechanismen aan het licht gebracht die een nieuw raamwerk bieden voor de studie van menselijke rationaliteit. Rond de eeuwwisseling is hieruit een nieuw en interdisciplinair vakgebied ontstaan dat *neuroeconomics* wordt genoemd.¹ Daarin worden neurowetenschap, economie en psychologie gecombineerd om menselijk beslisgedrag beter te begrijpen en verklaren.

Neuroeconomisch onderzoek toont overtuigend aan dat dieren en mensen vergelijkbare vormen van irrationaliteit vertonen, dat genen en hormonen grote invloed uitoefenen op onze beslissingen en dat het menselijke brein beschikt over meerdere besluitvormingsroutes. Ook is er sterk bewijs voor een evolutionaire oorsprong van menselijke afwijkingen van het economische rationele beslissingsmodel (de *decision biases*, zie hoofdstuk 2). Een bekend voorbeeld van zo’n afwijking is het *endowment effect* (bezitseffect). Dat is het verschijnsel dat mensen meer waarde toekennen aan een voorwerp zodra ze het bezitten. In recent onderzoek is aangetoond dat kapucijnaapjes eveneens een *endowment effect* kennen (Lakshminarya-

nan et al. 2008). Zulke resultaten wijzen erop dat biases gebaseerd zijn op evolutionair oude neurale systemen, die bij zowel mensen als apen aanwezig zijn.

In de neuroeconomie zijn inmiddels de eerste schreden gezet op het gebied van onderzoek naar de hersenmechanismen achter diverse economische biases en anomalieën, zoals de afkeer van verlies (*loss aversion*) (Tom et al. 2007) en de overdreven sterke waardering voor onmiddellijk te verkrijgen uitkomsten ten opzichte van uitgestelde beloningen (*temporal discounting*; McClure et al. 2004). Daarnaast wordt onderzocht hoe hersenen het nut van een keuzealternatief berekenen (Knutson et al. 2005), hoe hersenen omgaan met risico's en onzekerheid bij financiële besluitvorming (Kuhnen en Knutson 2005), en welke hersenmechanismen een rol spelen bij de invloed van marketingacties (zoals prijsstelling en reclame) op oordelen en gedrag (Klucharev et al. 2008; Plassmann et al. 2008).

Het doel van dit hoofdstuk is niet om de snelgroeiende literatuur uitputtend te behandelen. We richten ons op enkele recente neuroeconomische onderzoeken die de duale aard van besluitvorming aangeven. We willen aantonen dat afwijkingen van het rationele economische model het gevolg zijn van wedijverende neurale systemen in de hersenen, die door evolutie en natuurlijke selectie zijn ontstaan.

10.1 HET KADER VAN DE NEUROECONOMIE

In de neurowetenschap wordt ervan uitgegaan dat beslissingen worden genomen door complexe neurale netwerken die het optimale gedrag selecteren. In feite is de huidige neuroeconomische benadering vrij mechanistisch. Zij veronderstelt een besluitvormend neuraal netwerk, dat de voor- en nadelen van gedragskeuzes berekent en tegen elkaar afweegt. Aan het einde staat een besluitvormend neuron (of netwerk van neuronen), dat de informatie met betrekking tot de keuzealternatieven verzamelt en de beste optie uitkiest.

De eerste neuroeconomische onderzoeken werden uitgevoerd met behulp van verrassend eenvoudige taken. In die onderzoeken werden apen bestudeerd die waren getraind om hun blik in een bepaalde richting te verplaatsen. Op een scherm werd een wolk van bewegende stipjes geprojecteerd, terwijl de coherentie van de beweging door de onderzoekers werd gemanipuleerd. Soms was de beweging volstrekt willekeurig, in andere gevallen bewogen de meeste stipjes in dezelfde richting. De apen leerden snel om hun blik te verplaatsen in de richting van de waargenomen beweging (waarna zij bij een juiste beslissing werden beloond, bijvoorbeeld met enkele druppels fruitsap). De onderzoekers plaatsten nu elektroden in het brein van de apen, zodat zij de activiteit konden meten van neuronen die betrokken zijn bij deze taak. Zij wilden aantonen dat bepaalde neuronen de beslissing nemen om de blik in een bepaalde richting te verplaatsen. Uit de metingen bleek dat neuronen in het zogenaamde LIP-gebied van de herse-

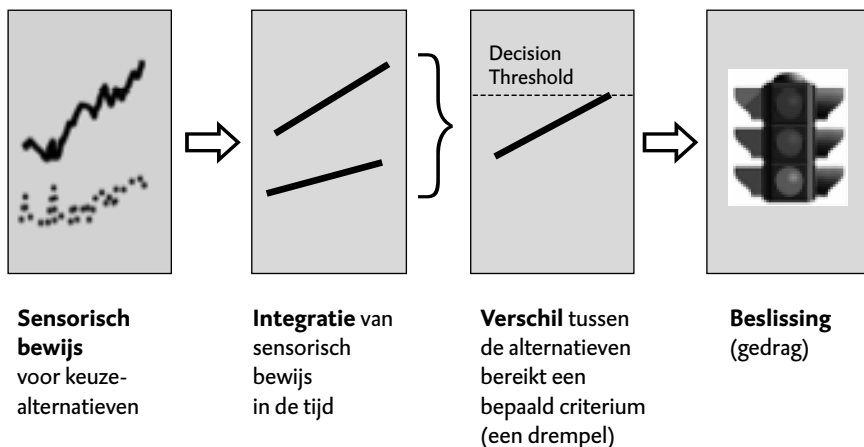
nen tijdens de besluitvorming geleidelijk actiever worden tot aan het begin van het daadwerkelijke gedrag (de oogbeweging). Het lijkt erop dat deze neuronen informatie verzamelen (accumuleren) totdat een bepaalde beslissingsdrempel is bereikt. Het overschrijden van de drempel geeft de aanzet tot het gedrag (Shadlen en Newsome 2001).

Neurobiologen ontwikkelden op basis van deze studies een eenvoudig besluitvormingsmodel. Volgens dit model verzamelen gespecialiseerde neuronen afzonderlijk van elkaar informatie over keuzealternatieven. Sommige neuronen zijn bijvoorbeeld toegespitst op de beweging van stipjes naar links, andere neuronen op de beweging van stipjes naar rechts. Hoe meer aanwijzingen er zijn voor een beweging naar links, hoe actiever het neuron dat toegespitst is op die beweging, en hoe meer aanwijzingen er zijn voor een beweging naar rechts, hoe actiever het neuron dat daarop is toegespitst. De LIP-neuronen nemen de beslissing door het bewijs voor de verschillende opties te vergelijken. Als het berekende *verschil* tussen de signalen van beide opties groot genoeg is, wordt de beslissing genomen (zie figuur 10.1). De activiteit van LIP-neuronen blijkt een goede voorspeller van de beslissingen die de apen nemen. Zodra de activiteit van het neuron een bepaalde 'drempel' overschrijdt, is de beslissing onontkoombaar. We kunnen dus spreken van besluitvormende neuronen.

Interessant is dat de activiteit van de LIP-neuronen hoger is als de keuze gerelateerd is aan een betere uitkomst. Tijdens experimenten worden apen meestal met voedsel beloond voor correct gedrag. De onderzoekers varieerden nu zowel de kans op een beloning als de grootte van de beloning. Daaruit bleek dat hoe hoger de mogelijke beloning was, hoe hoger ook de gemeten LIP-activiteit. Hetzelfde gold voor een grotere kans op beloning. LIP-neuronen reguleren dus zowel de waarde van de mogelijke beloning als de waarschijnlijkheid dat de beloning wordt ontvangen. Anders gezegd: LIP-neuronen representeren de verwachte waarde (de waarde van de uitkomst vermenigvuldigd met de waarschijnlijkheid van de uitkomst). Dit is een sleutelconcept in de normatieve economische beslissings-theorie. Volgens deze theorie zouden we uit alle beschikbare opties moeten kiezen voor de optie met het hoogste verwachte nut. De activiteit van de LIP-neuronen blijkt inderdaad dit belangrijke principe van de economische theorie te volgen!

Overigens betekenen deze resultaten niet dat LIP-neuronen als enige hersenonderdeel verantwoordelijk zijn voor het berekenen van verwachte waarde. Hoogstwaarschijnlijk wordt de berekening uitgevoerd met behulp van andere hersengebieden (in het bijzonder de dopamine gedreven gebieden). Recent bewijs duidt erop dat bij de mens specifieke hersengebieden (in het bijzonder het corpus striatum en de orbitofrontale cortex (OFC)) het verwachte nut van een keuzealternatief berekenen, en dat hun activiteit op het moment van besluitvorming een cruciale invloed uitoefent op de uiteindelijke keuze (Rangel et al. 2008).

Figuur 10.1 Schematische weergave van drie besluitvormingsprocessen (naar Bogacz 2007, met wijzigingen)



Het eerste proces levert sensorisch bewijs ter ondersteuning van beide alternatieven (de lijnen geven schematisch de hypothetische signaalsterkte weer van twee populaties van sensorische neuronen als functie van de tijd). Hierbij kan worden opgemerkt dat de gemiddelde hoeveelheid bewijs ter ondersteuning van het eerste alternatief hoger is dan dat van het tweede, maar het sensorische bewijs is grillig en op sommige punten ligt het feitelijke niveau van het bewijs hoger voor het tweede alternatief. Het tweede proces integreert het sensorische bewijs in de tijd. Het derde proces vergelijkt de sterkte van beide signalen en controleert of het verschil voldoet aan een bepaald criterium. De uitkomst kan worden vergeleken met een verkeerslicht: het geeft aan of de keuze gemaakt kan worden of dat het beter is om te wachten en het integratieproces voort te zetten.

De algemene conclusie van deze baanbrekende neurowetenschappelijke onderzoeken is dat besluitvorming kan worden gezien als een ‘mechanische’ aftreksom die uitgerekend wordt door neurale netwerken. In dit eenvoudige model is een beslissing de uitkomst van een neurale netwerk dat opties met elkaar vergelijkt (opties die zich aandienen in de vorm van sensorische, motivationele of cognitieve signalen) en de beste optie selecteert. Dit kader staat bekend als een diffusiemodel en kan worden gezien als een algemeen neurale besluitvormingsmodel.

10.2 ALGEMENE PRINCIPES VAN BESLUITVORMING

Beslissingen over bewegende stipjes zijn relatief eenvoudig. In het leven van alledag hebben we natuurlijk te maken met veel complexere keuzes. We kunnen besluitvorming opdelen in vijf hoofdprocessen.

- 1 Het eerste proces behelst een *representatie* van het probleem waarover besloten moet worden. We moeten de relevantie en urgentie van het probleem vaststellen en onderkennen. In dit stadium integreren we de interne toestand (bijvoorbeeld hongergevoel) en de externe toestand (bijvoorbeeld dreiging).
- 2 Daarna kennen we een waarde toe (*valuation*) aan de verschillende acties die in reactie op dit probleem mogelijk zijn.
- 3 Vervolgens moeten de verschillende waarden worden vergeleken om een keuze te kunnen maken (*actieselectie*).
- 4 Nadat de beslissing is genomen, moeten de hersenen bepalen wat het resultaat ervan is (*uitkomstevaluatie*).
- 5 Tot slot slaan de hersenen de nieuwe informatie en ervaringen op in het geheugen, teneinde de kwaliteit van toekomstige beslissingen te verbeteren (*leren*; Rangel et al. 2008).

Van oudsher richt de economische en psychologische besluitvormingsleer zich vooral op het tweede proces. Aangenomen dat mensen het gedrag kiezen dat de hoogste verwachte waarde oplevert, is dit inderdaad het belangrijkste stadium van de besluitvorming. Daarom zullen we ons in dit hoofdstuk concentreren op het neurale waarderingsstelsel (stap 2).

De traditionele neurowetenschap heeft overtuigend aangetoond dat beslissingen van dieren door verschillende waarderingsstelsels worden gestuurd. De neuroeconomie heeft dit kader met succes toegepast op de menselijke besluitvorming. Hoewel er discussie is over het precieze aantal waarderingsstelsels en de reikwijdte ervan, staat wel vast dat gedrag ten minste beïnvloed kan worden door *pavlovianse*, *habituële* en *doelgerichte* waarderingsstelsels. De eerste twee stelsels zijn in hoge mate geautomatiseerd, terwijl het doelgerichte stelsel veel meer gecontroleerd en weloverwogen is.

Het pavlovianse stelsel kent automatisch waarden toe aan een kleine reeks gedragingen die een evolutionair gepaste respons vormen op bepaalde omgevingsprikkelers. Een duidelijk voorbeeld hiervan is voorbereidend gedrag in reactie op signalen die de komst van voedsel voorspellen, zoals het op straat ruiken van vers gebakken brood dat maakt dat we de winkel binnengaan. Het pavlovianse neurale netwerk omvat diverse hersengebieden (de amygdala, het ventrale striatum enzovoort), die ten grondslag liggen aan deze tamelijk automatische, door prikkels opgewekte gedragingen.

Het doelgerichte waarderingsstelsel is veel flexibeler. Doelgericht gedrag wordt per definitie uitgevoerd om een gewenst doel te bereiken. Dit stelsel speelt de hoofdrol bij keuzes die slechts zo nu en dan gemaakt worden, zoals welk museum te bezoeken. Het doelgerichte stelsel kent dan een waarde toe aan elk van de mogelijke opties. Doelgerichte acties kunnen echter door oefening en herhaling tot ge-

woonte worden. De handeling wordt dan niet langer gereguleerd door het doelgerichte systeem, maar door het habituele systeem (zie ook hoofdstuk 4). Routinehandelingen zoals 's morgens thee drinken worden door het habituele hersensysteem hoog gewaardeerd, *ongeacht* mogelijke specifieke behoeften op dat tijdstip. De waardering van de optie raakt losgekoppeld van de actuele uitkomst en het gedrag wordt belonend in zichzelf. Daardoor kan het gebeuren dat het habituele systeem de waarde van handelingen direct na een verandering van mogelijke beloningen onjuist voorspelt. Stel dat u weet dat er in uw favoriete restaurant, waar u elk weekeinde eet, een nieuwe chef-kok is aangesteld die slecht gerecenseerd werd. Het volgende weekend zal uw habituele systeem u ertoe aanzetten om gewoon het oude restaurant te bezoeken, terwijl het doelgerichte systeem voorstelt om een nieuw restaurant uit te kiezen. Dit onderscheid tussen doelgerichte en habituele vormen van waardering loopt parallel aan het onderscheid tussen twee verschillende neurale paden voor actieselectie. In het algemeen wordt aangenomen dat gewoontegedrag afhankelijk is van het dorsolaterale gedeelte van het corpus striatum, terwijl doelgericht gedrag eerder wordt gereguleerd door netwerken in de frontale hersenschors en het dorsomediale gedeelte van het corpus striatum.

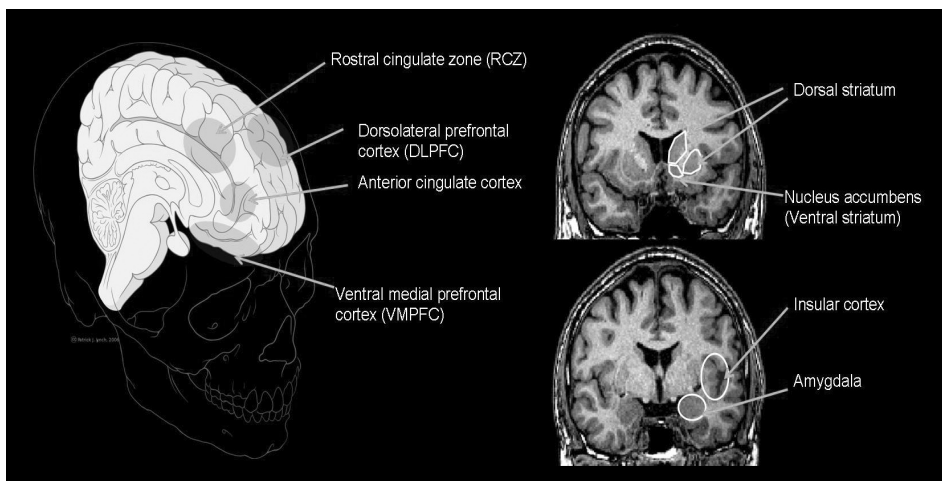
Kortom, er zijn ten minste drie gedragssturende systemen die tijdens de actieselectie actief kunnen zijn. Vaak zijn de verschillende waarderingssystemen het met elkaar eens. Wanneer bijvoorbeeld iemand tegen etenstijd honger heeft, kennen het pavloiaanse, het habituele en het doelgerichte systeem alle een hoge waarde toe aan eten. Het komt echter ook voor dat de systemen met elkaar in conflict zijn. Stel dat een alcoholiste overweegt in een café wat te gaan drinken, terwijl ze weet dat ze een uur later naar huis moet rijden. Het habituele systeem zal een hoge waarde toekennen aan een drankje (vanwege de verslaving) maar het risicomijdende doelgerichte systeem zal hieraan juist een lage waarde toekennen (vanwege de eventuele nare gevolgen of het morele schuldgevoel bij rijden onder invloed). In dit geval zijn beide systemen met elkaar in strijd. Om een optimaal besluit te kunnen nemen, moet de output van het doelgerichte systeem de output van het habituele waarderingssysteem via een diffusiemechanisme onderdrukken. Helaas is dit scenario bij een alcoholiste zeer onwaarschijnlijk, omdat het habituele systeem buitengewoon star en automatisch is. Het houdt geen rekening met de verwachte uitkomst van de handeling. In dit geval zal het doelgerichte systeem (dus zelfbeheersing) bijzonder actief moeten zijn om de onverstandige keuze af te wenden.

10.3 DELIBERATIEVE VERSUS AFFECTIEVE SYSTEMEN IN DE HERSENEN

Veel empirisch onderzoek laat zien dat het beslisproces vaak anders verloopt dan wordt gepostuleerd in de rationele keuzetheorie (zie hoofdstuk 2). Psychologen hebben daarom geopperd dat er wellicht twee structureel gescheiden systemen voor informatieverwerking bestaan: een snel, automatisch en onbewust systeem

(systeem 1) en een traag, deliberatief en bewust systeem (systeem 2; Kahneman 2003). Evolutionair gezien is systeem 1 oud, terwijl systeem 2 relatief nieuw is. Psychologen spreken in dit verband van *dual proces*-modellen. In de vorige paragraaf zagen we dat de neurowetenschappen minstens drie waarderingssystemen onderscheiden. Historisch gezien is er geen een-op-een-koppeling tussen deze drie waarderingssystemen en de duale modellen uit de psychologie, maar er is wel een duidelijke overeenkomst. Globaal gesproken vallen pavlovianse en habituele systemen onder systeem 1, terwijl het doelgerichte systeem valt onder systeem 2. Neuroeconomisch onderzoek richt zich momenteel voornamelijk op de interactie tussen de affectieve (systeem 1) en deliberatieve (systeem 2) stromen van duale modellen.

Figuur 10.2 Locatie van een aantal belangrijke hersengebieden die betrokken zijn bij besluitvorming en in dit hoofdstuk genoemd worden. De vmfpc in deze afbeelding komt grotendeels overeen met de orbitofrontale cortex (ofc) die niet apart is afgebeeld.



Bron: Tekening hersens: Patrick J. Lynch, medisch illustrator; C. Carl Jaffe md, cardioloog
MRI-foto's: Vasily Klucharev

10.3.1 DE (ON)EERLIJKE VERDELING VAN GELD

Een populaire taak om de interactie tussen systeem 1 en systeem 2 te bestuderen is het zogenoemde ultimatumspel. Bij dit spel krijgen twee spelers de opdracht onderling een geldbedrag (bijvoorbeeld 20 euro) te verdelen. Dit bedrag wordt ter beschikking gesteld door de onderzoeker. De ene speler (de 'voorsteller') doet een voorstel voor de verdeling van dit bedrag tussen beide spelers. Hij mag elke mogelijke verdeling voorstellen, bijvoorbeeld om 15 euro zelf te houden en 5 euro aan de ander te geven. De 'reageerder' (de tweede speler) moet vervolgens een besluit nemen; hij kan dit voorstel accepteren of weigeren. Als hij het voorstel accepteert,

wordt het geld verdeeld conform het voorstel. Als hij het voorstel afwijst, krijgen beide spelers echter niets. Het is dus ook in het belang van de voorsteller dat zijn voorstel acceptabel is voor de reageerder.

Experimenten wijzen uit dat het gemiddelde aanbod meestal rond de 50 procent van het totale bedrag ligt. De voorsteller steekt dus niet (bijna) al het geld in eigen zak, maar kiest voor een rechtvaardige verdeling. Bovendien is er sterk bewijs dat veel mensen een laag voorstel (minder dan 20 procent van het te verdelen bedrag) weigeren, zelfs als de inzet maar liefst drie maandsalarissen is, en zij dus een groot bedrag mislopen (Knoch et al. 2006). Dat is opmerkelijk, want strikt genomen is een weigering voor de reageerder niet rationeel. Ieder aanbod – hoe gering ook – is immers voordeliger dan het alternatief, namelijk dat hij niets krijgt.²

Uitgaande van het duale raamwerk, kunnen we nu de hypothese formuleren dat een oneerlijk voorstel bij de reageerder een conflict oproept tussen deliberatieve drijfveren (“Het is economisch gezien rationeler om elk aanbod aan te nemen”) en affectieve drijfveren (“Sla het aanbod af, want het is niet eerlijk”). De hersengebieden die bij een oneerlijk voorstel de meeste activiteit blijken te vertonen, zijn de anterieure linker- en rechterinsula (een gebied dat betrokken is bij negatieve emoties, pijn en walging), de dorsolaterale prefrontale cortex (DLPFC, een gebied dat betrokken is bij cognitieve zelfbeheersing) en de anterieure cingulaire cortex (ACC, een gebied dat betrokken is bij het monitoren van conflicten; Sanfey en Chang 2008). Bovendien blijkt de insula gevoelig voor de *mate* van oneerlijkheid van een voorstel. Interessant is nu dat de beslissing om het voorstel te accepteren of af te wijzen, wordt voorspeld door de *relatieve activering* van de ‘emotionele’ insula ten opzichte van de ‘cognitieve’ DLPFC. Het afwijzen van oneerlijke voorstellen gaat gepaard met een hogere activering van de insula dan van de DLPFC (dat wil zeggen, de ‘pijn en walging’ van de oneerlijkheid is groter dan het eigenbelang om het geldbedrag te krijgen). Omgekeerd gaat het aannemen van oneerlijke voorstellen gepaard met een hogere activering van de DLPFC dan van de insula (Sanfey et al. 2003). Dit bevestigt dat er bij beslissingen sprake is van een interactie tussen emotie en cognitie.

De vraag is wat hierbij precies de rolverdeling is tussen de DLPFC en de insula. Daarover kan men twee tegengestelde hypothesen formuleren die beide in overeenstemming zijn met het duale model. Eén plausible hypothese luidt dat een oneerlijk voorstel in de insula de impuls opwekt om dat voorstel te weigeren, maar dat de activiteit van de DLPFC deze impuls door middel van rationele redenering bijstuurt (Sanfey en Chang 2008). De activiteit van de DLPFC fungeert dus als soort cognitieve controle (“Weiger een oneerlijk voorstel, maar corrigeer dit als dit in het eigenbelang is”). De omgekeerde hypothese veronderstelt dat de eerste impuls juist zelfzuchtig is, en dat deze beheerst moet worden ten gunste van een cultureel bepaald streven naar eerlijkheid (“Wees zelfzuchtig, maar onderdruk dit

als een voorstel oneerlijk is"; Henrich et al. 2001). Volgens deze tweede hypothese is de DLPFC dus betrokken bij het onderdrukken van zelfzuchtige impulsen. Zonder de DLPFC zou eigenbelang de overhand krijgen.

De moderne neurowetenschap maakt het mogelijk te toetsen welke van beide hypothesen de juiste is. Zij doet namelijk verschillende voorspellingen over wat er gebeurt als het functioneren van de DLPFC wordt verstoord. Als de eerste hypothese klopt, zullen oneerlijke voorstellen vaker worden afgewezen wanneer de DLPFC gebrekkig functioneert, terwijl als de tweede hypothese klopt, oneerlijke voorstellen juist vaker geaccepteerd zullen worden wanneer de DLPFC gebrekkig functioneert. Een middel waarmee men een dergelijke verstoring van de DLPFC kan opwekken is transcraniële magnetische stimulatie (TMS). Bij TMS wordt een magnetische spoel boven de schedel geplaatst die met een sterk en gericht magnetisch veld een bepaald hersengebied activeert of juist afremt. Op die manier kan worden nagegaan wat de functionele rol van dat hersengebied is bij een bepaalde taak. In onderzoek werd nu bij een eerste groep proefpersonen die het ultimatumspel speelden de rechter-DLPFC verstoord (dat wil zeggen, gelegen in de rechter hersenhelft), bij een andere groep werd de linker-DLPFC verstoord, terwijl een derde groep een 'placebo-stimulatie' kreeg. Het bleek dat proefpersonen bij wie de rechter-DLPFC werd verstoord, een oneerlijk voorstel significant vaker accepteerden dan de andere twee groepen (Knoch et al. 2006). Dit wijst erop dat de rechter-DLPFC een belangrijke rol speelt bij het onderdrukken van zelfzuchtige impulsen en mensen helpt hun streven naar eerlijkheid te realiseren. Interessant is overigens dat verstoring van de rechter-DLPFC alleen invloed heeft op gedrag dat gericht is op een eerlijke uitkomst, en niet op het vermogen om in te schatten of iets eerlijk is of niet. Proefpersonen zeiden wel zich te ergeren aan het oneerlijke voorstel, maar waren na verstoring van de rechter-DLPFC niet langer in staat om hun afwijzende woorden ook in daden om te zetten!

Kan ook zonder tussenkomst van TMS het streven naar eerlijkheid worden versterkt? Ja, dat is mogelijk. In een recent onderzoek (Harle en Sanfey 2007) werd een deel van de proefpersonen voorafgaand aan het ultimatumspel in een negatieve emotionele stemming gebracht door hen een treurige film te laten zien. Vervolgens werd het effect hiervan met betrekking tot oneerlijke voorstellen geobserveerd. Een negatieve emotionele gemoedstoestand waarbij de insula betrokken is (zoals bij verdriet en walging) zou moeten leiden tot een hoger percentage afwijzingen. Bij de proefpersonen die een treurige film te zien kregen, was het percentage afwijzingen van oneerlijke voorstellen inderdaad aanzienlijk hoger dan bij proefpersonen die een neutrale of vrolijke film hadden bekeken. Een negatieve stemming heeft dus aantoonbaar effect op 'emotionele' beslissingen in het ultimatumspel. Dit is een belangrijke bevinding. Hieruit blijkt dat subtiele en vluchtige emotionele gemoedstoestanden die niets te maken hebben met de keuze in kwestie, aanzienlijke invloed kunnen hebben op wat iemand kiest.

In het algemeen blijkt uit hersenonderzoek naar het ultimatumspel dat onze financiële beslissingen zijn gebaseerd op de interactie tussen cognitieve en emotionele mechanismen. Neuronen verzamelen informatie over ‘de mening’ van cognitieve (DLPFC) en emotionele (onder andere insula) netwerken, en nemen vervolgens een besluit door simpelweg de diverse meningen tegen elkaar af te wegen. Dit is vergelijkbaar met eenvoudige perceptuele beslissingen zoals die over de richting van bewegende stipjes; als het berekende neurale verschil groot genoeg is (één optie is beter dan een andere), wordt het besluit genomen. Het keuzegedrag bij ultimatumspellen en de resultaten van hersenscans lijken uit te wijzen dat daarbij de neurale emotionele respons op oneerlijkheid zwaarder weegt dan de rationele (utilitaire) zelfzuchtige respons.

In de afgelopen millennia was duurzame samenwerking in sociale groepen van levensbelang voor onze voorouders. Onmiddellijke en automatische bekrachtiging van eerlijkheid en de bestraffing van oneerlijkheid zouden een belangrijk evolutionair mechanisme kunnen zijn om de samenhang van sociale groepen te handhaven. Deze automatische reactie, die wordt gestuurd door systeem 1, kan echter worden opgeheven door systeem 2. Afhankelijk van context of gemoedstoestand kunnen verschillende gewichten worden toegekend aan de uitkomsten van emotionele en cognitieve informatieverwerkingsprocessen. Dit zorgt voor de noodzakelijke flexibiliteit in besluitvormingsroutines.

10.3.2 INTERTEMPORELE KEUZES

Een veel onderzocht aspect van de menselijke economische besluitvorming is intertemporele keuze. Vaak maken we keuzes die niet alleen nu maar ook in de toekomst consequenties hebben. Mensen verschillen echter in hun bereidheid om met zulke toekomstige consequenties rekening te houden. Sommigen zijn erg ongeduldig en sterk gericht op onmiddellijke behoeftebevrediging. Bij intertemporele keuzes draait het derhalve om de relatieve waarde die mensen toekennen aan twee of meer beloningen op verschillende tijdstippen. Proefpersonen mogen bijvoorbeeld kiezen tussen een kortingsbon op aankopen die 15 euro waard is en die zij onmiddellijk mogen besteden en een kortingsbon die 20 euro waard is maar die zij pas over twee maanden mogen besteden. Met dit soort keuzes kan worden bepaald hoe sterk iemand bereid is behoeftebevrediging uit te stellen. Uit veel onderzoek komt nu het verschijnsel van *temporal discounting* naar voren. Dit houdt in dat mensen een overdreven hoge waarde toekennen aan beloningen die snel verkregen kunnen worden; zij hebben een duidelijke voorkeur voor kleinere directe beloningen ten opzichte van hogere uitgestelde beloningen. Dit kan leiden tot inconsistent gedrag. Een kenmerkend voorbeeld is dat als iemand mag kiezen tussen 10 euro vandaag of 11 euro over een week, hij geneigd is de eerste optie te kiezen. Als dezelfde persoon echter wordt gevraagd te kiezen tussen 10 euro over een jaar of 11 euro over een jaar en één week, zal zijn

voorkeur eerder uitgaan naar het ietwat uitgestelde maar hogere bedrag. Dit is onmiskenbaar ‘irrationeel’.

Kan de neurowetenschap een verklaring geven voor *temporal discounting*?

Uitgaande van het model van duale informatieverwerking, zou men de hypothese kunnen formuleren dat de spanning tussen kortetermijn- en langetermijnvoorkeuren een uiting is van de spanning tussen systeem 1 en 2. Hierbij zou gerichtheid op de kortetermijn dan worden gereguleerd door het emotionele systeem 1, terwijl gerichtheid op de langetermijn zou worden gereguleerd door het rationele systeem 2.

Ondersteuning voor deze hypothese komt van een invloedrijk neuroeconomisch onderzoek van McClure et al. (2004). Zij veronderstelden dat bij *temporal discounting* iemands keuze afhangt van twee parameters: β , die het (emotionele) gewicht aangeeft dat wordt toegekend aan directe resultaten, en δ , die het gewicht aangeeft van een consistentere (rationele) afweging van beloningen op verschillende tijdstippen. De beide parameters worden vervolgens met elkaar vergeleken voor de uiteindelijke beslissing. Er bestaat een duidelijke gelijkenis tussen dit onderzoekskader en het onderzoek naar het ultimatumspel. De β -parameter zou gereguleerd kunnen worden door limbische (emotionele) structuren en de δ -parameter door de dorsolaterale prefrontale cortex (DLPFC) en aanverwante hersenstructuren die de hogere cognitieve functies ondersteunen.

Als het zo is dat beide systemen tegelijk actief zijn op het moment van keuze, dan zou dat weerspiegeld moeten worden door activering van duidelijk onderscheiden hersengebieden. Dit zou kunnen duiden op twee afzonderlijk systemen voor directe keuzes (5 euro vandaag) en voor uitgestelde keuzes (5 euro over zes weken). In het onderzoek van McClure et al. bleken inderdaad bepaalde hersengebieden buitengewoon actief bij keuzes met een direct resultaat (β -gebieden). Het betrof onder meer het ventrale striatum en de mediale orbitofrontale cortex (mOFC), beide klassiek limbische (emotionele) structuren. Bovendien werden δ -hersengebieden aangetoond die *niet* geactiveerd werden bij keuzes voor een directe beloning, waaronder de DLPFC. Als er inderdaad twee afzonderlijke systemen zijn voor directe en uitgestelde keuzes die onderling wedijveren, kan bovendien nog een andere voorspelling worden gedaan: bij keuzes tussen directe en uitgestelde resultaten (zoals de keuze tussen de 10 euro nu of 11 euro over een week) zou de relatieve activering van de δ - en β -systemen moeten bepalen wat iemand kiest. Keuzes voor de latere optie zouden gepaard moeten gaan met een hogere activiteit van het δ -systeem dan van het β -systeem. Dit bleek inderdaad het geval. De δ -gebieden bleken significant actiever dan de β -gebieden wanneer proefpersonen de latere optie kozen (11 euro over een week). Daarentegen was de activiteit van het β -systeem iets hoger wanneer proefpersonen de directe optie kozen (10 euro nu).

Dit onderzoek toont aan dat ongeduld (β -systeem) verband houdt met limbische structuren. Een interessante implicatie hiervan is dat mensen dus ook ongeduldiger en impulsiever kunnen worden als hun limbische systeem wordt geactiveerd door andere oorzaken, bijvoorbeeld seksuele opwinding of een opgewekte stemming. Van den Bergh et al. (2009) hebben inderdaad aangetoond dat als mannen werden blootgesteld aan seksuele signalen (bijvoorbeeld door hen beha's in handen te geven en die te laten beoordelen op kwaliteit van het materiaal) zij hierdoor ongeduldiger werden bij intertemporele keuzes met betrekking tot geld en streefden naar onmiddellijke bevrediging.

Al met al bevestigen de onderzoeksresultaten van McClure de hypothese van duale informatieverwerking en tonen zij een interactie aan tussen emotionele en cognitieve netwerken bij intertemporele keuzes.³

10.3.3 MORELE BESLISSINGEN

De interactie tussen affectieve en deliberatieve processen tijdens financiële besluitvorming kan dus worden verklaard uit de competitie tussen bepaalde hersengebieden. Eenzelfde verklaring lijkt van toepassing op morele oordelen.

Er is veel experimenteel onderzoek gedaan naar zogenoemde morele dilemma's. Een bekend voorbeeld is het *trolley dilemma* (het tram-dilemma; Thomson 1986; zie ook hoofdstuk 12). Een op hol geslagen tram rijdt met hoge snelheid op vijf mensen af die zich op het spoor bevinden en gedood zullen worden als de tram niet wordt gestopt. De enige manier om de vijf te redden is om de hendel van een wissel over te halen, zodat de tram naar een ander spoor wordt geleid. Daarop bevindt zich slechts één persoon die dan de dood zal vinden. Moet je de tram laten afbuigen om vijf mensen te redden ten koste van één persoon? De meeste mensen antwoorden met 'ja' (Greene et al. 2001). Een variant op dit morele dilemma is het zogenaamde *footbridge dilemma* (het loopbrug-dilemma; Thomson 1986). Opnieuw dreigt een op hol geslagen tram vijf mensen te doden. Nu sta je naast een grote en onbekende man op een loopbrug over het spoor. Dit keer kunnen deze vijf mensen alleen gered worden door de onbekende man van de loopbrug af te duwen. Hij zal dit niet overleven, maar zijn lichaam zal de tram tot stilstand brengen, wat de vijf anderen zal redden. Moet je hen redden door de man van de loopbrug af te duwen? In dit geval antwoorden de meeste mensen met 'nee' (Greene et al. 2001). Dit is interessant, want objectief gezien bestaat er geen verschil tussen beide dilemma's. In beide gevallen gaat het om de afweging of men vijf mensen wil redden door één mens op te offeren. Het verschil is echter dat het tram-dilemma onpersoonlijker is dan het loopbrug-dilemma. Men neemt meer een 'afstandelijke, regisserende' houding aan (een hendel overhalen) in plaats van een 'actieve' (zelf duwen). Daarom zal het loopbrug-dilemma meer stress en emotie oproepen, terwijl het tram-dilemma 'kouder' en rationeler is.

Het verschil in karakter tussen beide dilemma's wordt bevestigd door neurologisch onderzoek. Daaruit blijkt dat hersengebieden die zijn betrokken bij emoties en bij sociale cognitie en empathie (de mediale prefrontale cortex, de posterieure cingulaire cortex/precuneus en de superieure temporale sulcus/temporoparietale overgang) een relatief hoge activiteit vertoonden als proefpersonen nadachten over persoonlijke morele dilemma's (zoals het loopbrug-dilemma). Daarentegen, als proefpersonen nadachten over onpersoonlijke morele dilemma's (een utilitair moreel oordeel, zoals het tram-dilemma) vertoonden de 'cognitieve' hersengebieden die zijn betrokken bij abstract redeneren en problemen oplossen (bijvoorbeeld de DLPFC) een relatief hoge activiteit.

In een ander onderzoek werden gemakkelijke en moeilijke morele keuzes met elkaar vergeleken. Bij moeilijke keuzes liet de anterieure cingulaire cortex (ACC), een hersengebied dat betrokken is bij cognitieve conflictsituaties (Botvinick et al. 2001), een verhoogde activiteit zien. Zoals hierboven aangegeven blijkt activiteit in de DLPFC positief gecorreleerd te zijn aan utilitaire morele oordelen (de cognitieve beslissing om vijf mensen te redden). Beide gebieden worden relatief sterk geactiveerd bij het onderstaande, moeilijke morele dilemma:

"Vijandige troepen hebben uw dorp ingenomen. Zij hebben orders om alle achtergebleven burgers te doden. U en een paar andere dorpelingen hebben zich verstopt in de kelder van een groot huis. Buiten hoort u de stemmen van de soldaten die het huis aan het plunderen zijn. Uw baby begint hard te huilen. U houdt uw hand over zijn mondje om het geluid te dempen. Als u uw hand weghaalt, zullen de soldaten zijn gehuil horen en zullen ze u, uw kind en alle anderen in de kelder doden. Om uzelf en de anderen te redden, moet u uw eigen kind doen stikken. Is het juist om uw kind te doden om uzelf en uw burens te redden?"

Dit is inderdaad een buitengewoon moeilijk persoonlijk moreel dilemma. Proefpersonen doen er dan ook meestal lang over om te antwoorden en hun beslissingen zijn zeer divers (Greene et al. 2004). De ACC reageert op dit conflict met verhoogde activiteit en bij sterke activatie van de DLPFC neigt men naar de utilitaire 'cognitieve' respons.

Heel anders ligt dit bij 'gemakkelijke' persoonlijke morele dilemma's, die relatief snel en gelijklozend worden beoordeeld. Een voorbeeld is het 'infanticide dilemma'. Stel, je bent een tienermeisje en je bent erin geslaagd je zwangerschap verborgen te houden. Is het geoorloofd om je pasgeboren baby te doden en te doen alsof deze nooit heeft bestaan, zodat je de draad van je leven weer kunt oppakken? Dit dilemma is relatief makkelijk, omdat de sterke emotionele respons op de mogelijkheid dat iemand haar eigen kind doodt, de zwakke of zelfs afwezige 'cognitieve' ondersteuning voor deze actie compleet overschaduwet. Er is dus geen sprake van een significant cognitief conflict en derhalve ook geen behoefte aan

cognitieve sturing. In hersenonderzoek (Greene et al. 2004) is inderdaad aangetoond dat bij een dergelijk gemakkelijk dilemma zowel de ACC als de DLPFC minder actief waren.

Kortom, deze onderzoeken wijzen erop dat de spanning tussen de normatieve redenering (“Gij zult niet doden”) en de utilitaire redenering (“Kies het minste van twee kwaden”) bij morele beslissingen een fundamentele spanning weerspiegelt die voortvloeit uit de structuur van het menselijk brein. De automatische, emotionele reacties (systeem 1), die we van onze voorouders hebben geërfd, liggen aan de basis van de onvoorwaardelijke verboden die de kern vormen van de normatieve moraal. Daarentegen is het utiliteitsdenken mogelijk geworden door de frontaalkwabben, evolutionair jongere structuren (systeem 2), waarin abstract denken en complexe cognitieve sturing zetelen (Greene en Cohen 2004). Onze geschiedenis levert helaas talloze voorbeelden van utilitaire redeneringen ter rechtvaardiging van afgrijselijke beslissingen die overduidelijk in strijd zijn met de normatieve moraal.

10.4 DE CRUCIALE ROL VAN EMOTIES BIJ BESLUITVORMING

Menselijke irrationaliteit komt vaak voort uit emoties. Het advies aan wie een verstandig besluit wil nemen, luidt dan ook om zijn emoties te negeren. Maar kunnen we zonder emoties wel beslissingen nemen? Vanuit evolutionair oogpunt gezien stelden emoties organismen in staat om snel en efficiënt complexe besluiten te nemen. In tegenstelling tot het vaste stimulus-responsmechanisme van primitieve reflexen (zoals de oogknipperreflex) biedt het emotionele waarderingsstelsel de mogelijkheid om te kiezen tussen ‘slechte’ en ‘goede’ opties. In onze recente evolutionaire ontwikkeling werden emoties (systeem 1) vervolgens geïntegreerd met de nieuwe, cognitieve besluitvormingsmechanismen van een hogere orde (systeem 2).

Hoe is die integratie precies vormgegeven? Eén mogelijk antwoord op deze vraag komt van Edmund Rolls. Volgens hem geven de sensorische systemen informatie door aan de emotionele hersenstructuren (amygdala, orbitofrontale cortex), zodat deze de zintuiglijke prikkels kunnen evalueren in termen van beloning of straf. Daarna kan het oordeel van deze hersenstructuren langs twee wegen aan andere centra in de hersenen worden doorgegeven. De eerste route verloopt rechte lijn naar structuren als de basale ganglia (waaronder het corpus striatum), die een onbewuste en directe gedragsrespons mogelijk maken. De tweede route verloopt via de hogere prefrontale (taal)systemen. Deze maken gedetailleerde (geverbaliseerde) beslissingen mogelijk waarvoor stapsgewijze en syntactische planning nodig is (Rolls 2000).

Volgens een andere invloedrijke opvatting (LeDoux 2000) ontvangen emotionele structuren (zoals de amygdala) al in een zeer vroeg stadium van zintuiglijke informatieverwerking ruwe, nog ongefilterde informatie (*the low road*). Deze korte en directe weg stelt de hersenen in staat om binnen milliseconden op een dreiging te reageren, bijvoorbeeld een mogelijke slang in een bos. Daarnaast ontvangen de emotionele hersengebieden ook informatie via de cortex (*the high road*). De informatie die via deze route binnenkomt is veel gedetailleerder en specifiek, en kan ons bijvoorbeeld duidelijk maken dat wat op een slang leek, in feite slechts een dode tak is. Doordat echter een tussenstap moet worden gemaakt via de cortex, kost deze route minstens twee keer zo veel tijd. De eerste reflex zal er dus één zijn om te schrikken van de 'slang' en te vluchten. Evolutionair gezien is deze eerste snelle reflex zeer functioneel, want zij kan het verschil betekenen tussen leven en dood.

Volgens LeDoux vormen de besluitvormende netwerken in onze hersenen dus eerst snelle en ongefilterde automatische emotionele oordelen en zijn ze pas daarna in staat om besluiten uitvoeriger te overwegen via deliberatieve mechanismen. Dit betekent dat tijdbeperkingen grote invloed kunnen hebben op de besluitvorming. Snelle beslissingen zullen worden overheerst door het automatische systeem 1 zonder dat er tijd is voor bijsturing door systeem 2. Beleidsmakers en burgers zouden zich bewust moeten zijn van de effecten van tijd(sdruk) op besluitvorming.

Omdat zowel de automatische als deliberatieve informatieverwerkingsroutes een belangrijke functie vervullen, is voor rationeel gedrag een optimale balans vereist tussen systeem 1 en systeem 2. Daarom kan een verstoring van welke vorm van informatieverwerking dan ook leiden tot suboptimaal gedrag. Systeem 1 mag dan snel en oppervlakkig werken, het is onmisbaar voor besluitvorming. Recent neurowetenschappelijk onderzoek wijst namelijk uit dat rationele besluitvorming sterk afhankelijk is van accurate voorafgaande emotionele informatieverwerking. Bij patiënten met bilateraal letsel van de ventrale prefrontale cortex (VMPFC, een belangrijk hersengebied voor emotionele informatieverwerking) ontstaan ernstige stoornissen in de besluitvorming (Bechara en Damasio 2005). Zij hebben moeite om hun werk te plannen, maar ook om vrienden, een partner en bezigheden te kiezen. Hun keuzes leiden tot allerlei vormen van ellende, bijvoorbeeld financiële verliezen, maar ook verlies van familie en vrienden. Deze patiënten nemen dus vaak besluiten die tegen hun eigen belangen indruisen. Bovendien zijn ze niet in staat om te leren van eerdere fouten; ze nemen steeds weer dezelfde beslissingen die een negatief resultaat opleveren. Interessant is dat hun algemene probleemoplossend vermogen wél intact is gebleven. Volgens psychologische testen hebben deze patiënten een normaal intellect (Bechara et al. 1998), maar desondanks vertonen zij afwijkingen op het vlak van emoties en besluitvorming.

Patiënten met letsels aan de VMPFC zijn uitvoerig bestudeerd met gebruikmaking van de zogenoemde *Iowa gambling task*. In deze taak moeten mensen kaarten kiezen uit vier spellen kaarten. Steeds nadat een proefpersoon een kaart heeft getrokken uit een van de spellen, krijgt hij te horen welk bedrag hij met deze kaart heeft gewonnen of verloren. De vier spellen verschillen in risico en verwachtingswaarde. Twee spellen geven vaak hoge winsten (bijvoorbeeld + 100 euro) maar soms ook extreem hoge verliezen (bijvoorbeeld - 1250 euro) en zijn zo samengesteld dat wie steeds weer een kaart uit deze spellen kiest, uiteindelijk verlies zal maken. De andere twee spellen geven lagere winsten (bijvoorbeeld + 50 euro) maar ook kleinere verliezen (bijvoorbeeld - 250 euro), en leveren voor wie steeds weer een kaart uit deze spellen kiest uiteindelijk winst op. Aan het begin van het spel zijn de grootte van de winsten en verliezen en de bijbehorende kansen voor de speler onbekend. Hij weet dus niet welke spellen op de lange duur voordelig uitpakken en welke juist niet. Spelers moeten nu honderd keer achtereenvolgens één kaart uit een willekeurig spel kiezen. Het doel is om tijdens het spel zo veel mogelijk winst te behalen. Het blijkt nu dat normale proefpersonen nadat zij een aantal kaarten uit de spellen te hebben getrokken, leren om de verliesgevende spellen te mijden en te kiezen voor de winstgevende spellen. Bij VMPFC-patiënten treedt dit leerproces echter niet op. Ook nadat zij reeds vele kaarten hebben getrokken, mijden zij de verliesgevende spellen niet (maar geven zij er zelfs de voorkeur aan).

Waarom vertonen VMPFC-patiënten dit voor hen zo nadelige gedrag? De reden hiervoor is dat de patiënt niet langer kan anticiperen op de emotionele consequenties van toekomstige winsten of verliezen. Dat blijkt uit metingen van hun huidweerstand (*Skin Conductance Respons*, SCR's), een fysiologische maat voor activatie (*arousal*) van het autonome (emotionele) zenuwstelsel (Bechara en Damasio 2005). Door hun hersenbeschadiging missen zij het vermogen om emotionele waarschuwingssignalen te genereren. Daardoor leren ze niet om de verliesgevende spellen te mijden, maar bleven zij – net als in hun dagelijkse leven – de verkeerde keuzes maken.

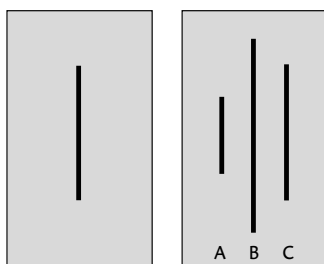
Op deze wijze ondersteunen de emotionele delen van de hersenen dus rationele beslissingen. Emotionele signalen helpen ons een handelwijze te vermijden die in de toekomst nadelig kan uitpakken. Dit gebeurt zelfs al voordat we ons bewust worden van de juistheid of onjuistheid van de keuze die we moeten maken. Daarentegen, patiënten bij wie vanwege een hersenbeschadiging niet die emotionele signalen worden opgewekt, blijven nadelige keuzes maken, zelfs als zij de gevolgen van hun handelen glashelder inzien. Zij kunnen zich volledig bewust zijn van wat goed is en wat fout is, en toch niet dienovereenkomstig handelen.

10.5 SOCIALE BEÏNVLOEDING VAN BESLISSINGEN

Tot nu toe hebben we steeds individuele besluiten besproken, dat wil zeggen, besluiten die vrijwillig en zelfstandig door één individu worden genomen. Mensen worden echter sterk beïnvloed door hun sociale omgeving (zie hoofdstuk 7). Puur individuele en geïsoleerde economische besluitvorming komt in het dagelijkse leven nauwelijks voor, omdat er altijd anderen aanwezig zijn – hetzij lichamelijk en direct, hetzij indirect in de vorm van sociale normen of meningen.

Een bekende vorm van sociale invloed is conformiteit. Zoals bekend houdt conformiteit in dat iemand zijn gedrag aanpast aan de reacties van anderen. Sinds het baanbrekende onderzoek van Salomon Asch (1951) is het effect van de groepsmening op individuele oordelen en beslissingen veelvuldig aangetoond (zie figuur 10.3).

Figuur 10.3



In het Asch-paradigma werden enkele deelnemers in een proefruimte geplaatst (op één na zaten alle deelnemers in het complot). Er werden hun verschillende vragen over de lijnen gesteld (bijvoorbeeld welke van de drie lijnen A, B en C even lang was als de voorbeeldlijn op de kaart links). Alle deelnemers moesten antwoord geven en de ingewijden zorgden ervoor om het antwoord altijd eerder dan de (onwetende) deelnemer te geven. De ingewijde deelnemers beantwoordden een aantal vragen correct, maar na verloop van tijd begonnen zij foutieve antwoorden te geven. Op deze manier werd de deelnemer geconfronteerd met groepsdruk door de onjuiste antwoorden van de ingewijden. In een controlegroep, waarin geen druk bestond om zich te conformeren aan een verkeerd standpunt, gaf slechts één proefpersoon op de 35 een onjuist antwoord. Als zij echter werden omringd door personen die allen een verkeerd antwoord verkondigden, gaven deelnemers bij een veel hoger percentage van de vragen een onjuist antwoord (36,8 procent). Bovendien gaf 75 procent van de deelnemers een verkeerd antwoord op ten minste één vraag (Asch 1951).

In de sociale psychologie wordt onderscheid gemaakt tussen injunctieve normen en descriptieve normen (Cialdini en Goldstein 2004. Zie ook hoofdstuk 7). Injunctieve normen zijn moreel van aard en beschrijven wat mensen zouden moeten doen (“Gij zult niet stelen”, ‘Niet met alcohol op achter het stuur’). Ze worden meestal bekrachtigd door vormen van straf en daarom zijn we sterk geneigd ons eraan te conformeren. Descriptieve normen zijn meer informationeel van aard. Ze geven aan wat in bepaalde situaties het meestvoorkomende gedrag is van relevante anderen (zoals familie, vrienden of de *peer group*), ongeacht de morele gepastheid daarvan. Descriptieve normen zijn buitengewoon effectief in de beïnvloeding van gedrag. Zij bepalen bijvoorbeeld in hoge mate of mensen belasting zullen betalen, of jongeren winkeldiefstallen zullen begaan, of echtgenoten overspel zullen plegen en of huishoudens zich zullen houden aan milieumaatregelen (Kenrick et al. 2004).

Verrassend genoeg zijn we ons vaak niet bewust van deze sterke invloed. In een bekende demonstratie hiervan (Bryan en Test 1967) werd een straatmuzikant neergezet op een drukke plek. Geteld werd hoeveel mensen geld in zijn hoed gooiden nadat een onderzoeksmedewerker dat had gedaan, in vergelijking tot een situatie waarin dit niet gebeurde. De eerste situatie leverde acht bijdragen op, de tweede situatie slechts één. Interessant was dat mensen beweerden dat iets anders hen had doen besluiten om geld te geven (bijvoorbeeld “Ik vond het een leuk liedje” of “Ik had medelijden met hem” of “Ik had toevallig wat kleingeld in mijn zak”). Psychologisch onderzoek (bijvoorbeeld Schultz 1999) toont overduidelijk aan dat wij vaak de grote invloed van sociale normen negeren of onderschatten.

Kortom, menselijk keuzegedrag wordt niet alleen geleid door het verwachte nut van een keuze, maar ook door het gedrag dat we bij anderen waarnemen. Ondanks een groeiende hoeveelheid literatuur over de neurale mechanismen van besluitvorming, weten we echter weinig over hoe precies deze groepsinvloed verloopt. Psychologisch onderzoek legt meestal de nadruk op de belonende waarde van sociale goedkeuring of acceptatie door anderen (Cialdini en Goldstein 2004). De gedragseconomie daarentegen legt meer de nadruk op de effecten van straf voor schending van de norm (Fehr en Fischbacher 2004). In feite veronderstellen beide benaderingen echter hetzelfde, namelijk dat conformiteit aan sociale normen berust op leren door middel van bekrachtiging.

Recent hebben wij onderzocht of leren door bekrachtiging (*reinforcement learning*) inderdaad een rol speelt bij sociale conformiteit (Klucharev et al. 2009). Bij leren door bekrachtiging is sprake van doelgericht gedrag en dat vereist voortdurende monitoring van de eigen prestatie (Montague et al. 2006). Succesvolle gedragspatronen worden bekrachtigd, terwijl fouten een indicatie zijn dat het gedrag moet worden bijgestuurd. In veel modellen van bekrachtigingsleren is daarom sprake van een ‘voorspellingsfout’ – een verschil tussen de verwachte en de verkregen uitkomst (Schultz 2006) – die aangeeft dat het gedrag moet worden aangepast. Veel neuro-

wetenschappelijk onderzoek veronderstelt dat deze foutsignalen worden gegenereerd door de rostrale cingulaire zone (RCZ), een deel van de cingulaire cortex (Gehring et al. 1993). De RCZ is echter niet het enige gebied dat betrokken is bij het vergelijken van verwachtingen en gedragresultaten. Steeds meer studies geven aan dat bij dit proces een verspreid gelegen (dopamine gedreven) neurale netwerk betrokken is, waaronder het ventrale striatum, dat wil zeggen de nucleus accumbens (NAC, in de populaire literatuur ook wel het 'genotscentrum' genoemd).

Onze hypothese was nu dat een waargenomen afwijking van de groepsnorm een neurale respons opwekt die vergelijkbaar is met de voorspellingsfout bij leren door bekrachtiging, waardoor we sterk geneigd zullen zijn ons gedrag aan te passen aan de groepsnorm. Deze 'voorspellingsfout' komt tot uiting in de vorm van activiteit van de RCZ en de NAC. De sterkte van deze activiteit zou een voorspellende factor kunnen zijn voor de mate van sociale conformiteit.

Om deze hypothese te toetsen, ontwierpen we een taak waarin proefpersonen gezichten moesten beoordelen. Terwijl zij in een fMRI-scanner lagen, moesten vrouwelijke proefpersonen 222 vrouwelijke gezichten beoordelen op aantrekkelijkheid. Na elke beoordeling kregen zij een groepsbeoordeling te zien, dat wil zeggen, de gemiddelde mening van vrouwen in Milaan en Parijs over het gezicht. Wat de proefpersonen niet wisten, was dat deze groepsbeoordelingen gemanipuleerd waren. Soms oordeelde de groep gunstiger over een gezicht dan de proefpersoon in de scanner, soms ongunstiger en soms was de groep het met de proefpersoon eens. Zo riepen we dus geregeld een conflict op tussen het eigen oordeel en het groepsoordeel. Wat we nu wilden weten, was of deze confrontatie met de groepsmening gevolgen had voor hun oordeel over de aantrekkelijkheid van de gezichten. Daarom moesten de proefpersonen een uur later opnieuw de reeks gezichten beoordelen. De resultaten lieten zien dat proefpersonen in deze tweede beoordelingsronde hun oordeel inderdaad aanpasten. Als de groepsbeoordeling bijvoorbeeld positiever was geweest over een gezicht, dan bleken de proefpersonen in de tweede ronde ook positiever te oordelen over dat gezicht. Met andere woorden: de proefpersonen conformeerden zich.

Het onderzoek bevestigde de hypothesen over de onderliggende neurale processen. Uit de hersenscans bleek namelijk dat een conflict met de groepsmening inderdaad de RCZ activeerde (het gebied dat verantwoordelijk is voor conflicten en voorspellingsfouten, alsof zij een vergissing hadden begaan) en de NAC deactiveerde (het 'genotscentrum', waardoor dit aanvoelde als een straf). Een afwijking van de groepsmening wekt dus automatisch neurale foutsignalen op. Belangrijker nog was dat er verband bleek tussen de *mate* van conformiteit en de sterkte van het neurale foutsignaal. Bij proefpersonen die zich sterk conformeerden aan de groep, werd ook een sterker foutsignaal gemeten en vooral een veel sterkere deactivatie van de NAC, dan bij proefpersonen die redelijk ongevoelig waren voor de groepsnorm.

Deze resultaten tonen aan dat sociale conformiteit gebaseerd is op mechanismen die vergelijkbaar zijn met leren door bekrachtiging. Het is een automatisch proces (vergelijkbaar met systeem 1) waarin mensen hun eigen mening vormen, deze toetsen aan het standpunt van de groep en vervolgens snel hun mening aanpassen om deze meer in overeenstemming te brengen met het standpunt van de groep. Enkel en alleen informatie over wat de groep vond, was reeds voldoende voor die aanpassing. Van belang is op te merken dat de proefpersonen feitelijk helemaal geen rationele reden hadden om hun oordeel te wijzigen. De groep was immers niet in levenden lijve aanwezig. Zij kon dus ook niet de mening van de proefpersonen bestraffen of belachelijk maken. Toch conformeerden proefpersonen zich aan de groepsmening. Evenmin was er in onze taak sprake van bewuste keuzes. Door de descriptieve norm veranderde het oordeel over het gezicht zonder dat er sprake was van een expliciet besluit daartoe. Om die reden kan informatieverwerking via systeem 1 grote invloed hebben op de vorming van onze voorkeuren voorafgaand aan feitelijke keuzes, waardoor de eventuele noodzaak van deliberatieve cognitieve sturing wordt vermeden. We maken ons de herziene oordelen gewoonweg eigen en passen deze toe op onze toekomstige beslissingen.

Kortom, onze beslissingen worden niet alleen beïnvloed door objectieve informatie over de keuzealternatieven op zich, maar ook door het gedrag dat we waarnemen bij anderen. In het dagelijks leven is deze strategie vaak effectief, en waarschijnlijk is zij gebaseerd op een evolutionair mechanisme. Evolutionair is bepaald dat de beste strategie die een individu kan volgen, afhangt van wat de meerderheid van de populatie doet. Aangezien iedereen zijn eigen succes tracht te maximaliseren, zal uiteindelijk alleen die strategie standhouden die niet verbeterd kan worden door een afwijkend individu (Dawkins 1976). Sterker nog, door selectie wordt afwijking ervan bestraft. Het mechanisme van automatische conformiteit kan dus succesvol zijn in geval van natuurlijke selectie. In de moderne samenleving kan het echter leiden tot irrationele besluiten. Men zou bijvoorbeeld kunnen denken aan bepaalde gebieden in de Verenigde Staten waar mensen met zwaar overgewicht een normaal verschijnsel zijn. In dat geval ziet het conflictgebied in onze hersenen overgewicht niet langer als iets negatiefs en wordt ongezond of overmatig eetgedrag in stand gehouden in plaats van gecorrigeerd. Ironisch genoeg krijgen in deze omstandigheden juist de mensen die slank zijn en gezond eten van hun hersenen de boodschap dat ze iets fout doen.

10.6 CONCLUSIES EN IMPLICATIES

Keuzegedrag dat afwijkt van het rationeel economische model, valt beter te begrijpen door de onderliggende hersenprocessen in beschouwing te nemen. Neurowetenschappelijk onderzoek toont namelijk aan dat er meerdere neurale systemen ten grondslag liggen aan de menselijke besluitvorming. Er zijn verscheidene modules in onze hersenen die als taak hebben om specifieke keuzeproblemen op

te lossen. In veel gevallen werken deze systemen samen, maar in andere gevallen wedijveren zij met elkaar en hangt het van de stemming en omstandigheden af welk systeem 'zijn zin krijgt'.

Vanuit evolutionair perspectief bezien zou men verwachten dat de hersenen zich zo ontwikkeld hebben dat ze optimale besluiten nemen. Door natuurlijke selectie wordt immers voortdurend de adaptatie van het zenuwstelsel aan de omgeving getoetst. Maar tegelijkertijd zijn vanwege deze evolutionaire geschiedenis de capaciteiten van besluitvormende netwerken juist beperkt – althans, voor de wereld van vandaag. De moderne samenleving bestaat pas enkele eeuwen. Daarom is het niet vreemd dat we vaak niet erin slagen te voldoen aan de strenge criteria van de moderne (economische) rationaliteit. Ons zenuwstelsel is afgestemd op een traditionelere omgeving. Een voorbeeld is onze sterk gestegen levensverwachting. Voor vrouwen die geboren zijn in het Verenigd Koninkrijk, is de levensverwachting 82 jaar, voor mannen 77 jaar. Dit staat in schril contrast met een levensverwachting van respectievelijk 49 en 45 jaar in 1901, en van slechts twintig jaar zo'n 10.000 jaar geleden. Dit zou een verklaring kunnen zijn voor het verschijnsel van 'temporal discounting'. Mensen hebben nog steeds de neiging om beloningen op lange termijn veel lager in te schatten, om de eenvoudige reden dat zij nooit eerder zo lang leefden.

Zoals in het volgende hoofdstuk nog uitgebreider zal worden besproken, is het sociale karakter van mensen eveneens evolutionair bepaald en ook die betrokkenheid op anderen kan gevolgen hebben voor de keuzes die mensen maken. Neem bijvoorbeeld het volgende morele dilemma. Er is een ernstig lek ontstaan in een chemische fabriek en we hebben de keuze uit twee manieren om dit lek te repareren (Hansson 2004). De ene optie is om direct de monteur naar binnen te sturen. Hij loopt dan een kans van 0,9 om te overlijden onmiddellijk nadat hij de noodzakelijke technische handelingen heeft verricht. De andere optie is om direct de chemische stoffen in de omgeving te lozen. In dat geval loopt de monteur geen bijzonder risico, maar heeft elk van de 10.000 omwonenden een kans van 0,001 om te overlijden aan de giftige effecten. Als we strikt volgens het rationele keuzemodel zouden handelen, moeten we de monteur de fabriek in sturen. Dit is immers de keuze met het hoogste verwachte nut (of beter gezegd, de minste verwachte schade). Maar is dit echt de enig mogelijke rationele respons? Iemand zou kunnen kiezen voor de andere optie om te voorkomen dat één afzonderlijk individu oneerlijk wordt behandeld. Sociale waarden die van toepassing zijn op een bepaald individu leggen evolutionair gezien veel gewicht in de schaal in vergelijking tot de waarde van niet nader gedefinieerde, onbekende individuen. Neuroeconomisch onderzoek onderschrijft dit idee, want in het geval van persoonlijke morele dilemma's is een onevenredig sterke emotionele reactie aangetoond.

In het algemeen geeft de neurowetenschap een causale biologische verklaring voor menselijke besluitvorming. Het neurale besluitvormende netwerk is evolutionair gevormd en per definitie beperkt door zijn ontwerp. Uit een groot aantal onderzoeken blijkt dat er in onze hersenen verscheidene besluitvormingsroutes bestaan. De automatische besluitvormingsroute kent een snelle, sterke driftimpuls, maar leidt vaak tot keuzes die economisch gezien niet rationeel zijn. Dit is een evolutionair oud systeem en wellicht niet goed aangepast aan onze economische omgeving. Onze voorkeuren en biases vloeien voort uit deze ingebakken processen en zijn om die reden moeilijk te corrigeren. Daarom is het deliberatieve controlesysteem vaak noodzakelijk om de primaire automatische respons bij te sturen. Neuroeconomisch onderzoek suggereert dat in het overheidsbeleid rekening gehouden moet worden met de automatische aard van menselijke irrationaliteit en dat er niet vanuit moet worden gegaan dat rationaliteit de standaard is bij menselijke besluitvorming.

NOTEN

- 1 Ook wordt de term “decision neuroscience” gebruikt (Rilling et al. 2008).
- 2 Belangrijk bij deze resultaten is dat de spelers anoniem zijn en er slechts één ronde wordt gespeeld, zodat er geen wraak genomen kan worden.
- 3 Overigens moet wel worden opgemerkt dat de resultaten bij intertemporele keuze ook verklaard kunnen worden door een alternatief mechanisme (dat overigens eveneens overeenstemt met het idee van duale informatieverwerking). Onlangs is geopperd dat systeem 1 primair verantwoordelijk zou kunnen zijn voor *temporal discounting* op zich (Kable en Glimcher 2007), waarbij echter de DLPFC (systeem 2) een cruciale rol speelt bij de uitoefening van zelfbeheersing (Hare et al. 2009). Er is uiteraard meer onderzoek nodig om te achterhalen welke mechanismen precies ten grondslag liggen aan *temporal discounting*.

BIBLIOGRAFIE

- Asch, S. (1951) 'Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments', blz. 177-190 in H. Guetzkow (red.) *Groups, Leadership and Men Research in Human Relations*, Pittsburgh: Carnegie Press.
- Bechara, A. en Damasio, A. (2005) 'The Somatic Marker Hypothesis: A Neural Theory of Economic Decision', *Games and Economic Behavior* 52: 336-72.
- Bogacz, R. (2007) 'Optimal decision-making theories: linking neurobiology with behaviour', *Trends Cogn Sci* 11: 118-125.
- Botvinick, M.M., Braver, T.S., Barch, D.M., Carter, C.S. en Cohen, J.D. (2001) 'Conflict monitoring and cognitive control', *Psychol Rev* 108: 624-652.
- Bryan, J.H. en Test, M.A.J. (1967) 'Models and helping: naturalistic studies in aiding behavior', *Personal Soc Psychol* 6: 400-407.
- Cialdini, R.B. en Goldstein, N.J. (2004) 'Social influence: compliance and conformity', *Annual Review of Psychology* 55: 591-621.
- Dawkins, R. (1976) *The Selfish Gene*, New York: Oxford University Press.
- Fehr, E. en Fischbacher, U. (2004) 'Third-party punishment and social norms', *Evolution and Human Behavior* 25: 63-7.
- Gazzaniga, M.S. (2005) 'Forty-five years of split-brain research and still going strong', *Nat Rev Neurosci* 6: 653-659.
- Gehring, W.J., Goss, B., Coles, M.G.H., Meyer, D.E. en Donchin, E. (1993) 'A neural system for error detection and compensation', *Psychol Sci* 4: 385-90.
- Greene, J. en Cohen, J. (2004) 'For the law, neuroscience changes nothing and everything', *Philos Trans R Soc Lond B Biol Sci* 359: 1775-1785.
- Greene, J.D., Nystrom, L.E., Engell, A.D., Darley, J.M. en Cohen, J.D. (2004) 'The neural bases of cognitive conflict and control in moral judgment', *Neuron* 44: 389-400.
- Greene, J.D., Sommerville, R.B., Nystrom, L.E., Darley, J.M. en Cohen, J.D. (2001) 'An fMRI investigation of emotional engagement in moral judgment', *Science* 293: 2105-2108.
- Hansson, S.O. (2004) 'Philosophical Perspectives on Risk', *Techné*: 8: 10-35.
- Hare, T.A., Camerer, C.F. en Rangel, A. (2009) 'Self-control in decision-making involves modulation of the vmPFC valuation system', *Science* 324: 646-648.
- Harle, K. en Sanfey, A.G. (2007) 'Incidental sadness biases social economic decisions in the ultimatum game', *Emotion* 7: 876-881.
- Henrich, J., Boyd, R., Bowles, S., Camerer, C., Fehr, E., Gintis, H. en McElreath, R. (2001) 'In search of Homo economicus: Behavioral experiments in 15 small-scale societies', *American Economic Review* 91: 73-78.
- Kable, J.W. en Glimcher, P.W. (2007) 'The neural correlates of subjective value during intertemporal choice', *Nat Neurosci* 10: 1625-1633.
- Kahneman, D. (2003) 'A perspective on judgment and choice: mapping bounded rationality', *Am Psychol* 58: 697-720.

- Kenrick, D.T., Neuberg, S.L. en Cialdini, R.B. (2004) *Social Psychology: Unraveling the Mystery*, 3 edn, Allyn & Bacon.
- Klucharev, V., Hytonen, K., Rijpkema, M., Smidts, A. en Fernandez, G. (2009) 'Reinforcement learning signal predicts social conformity', *Neuron* 61: 140-151.
- Klucharev, V., Smidts, A. en Fernandez, G. (2008) 'Brain mechanisms of persuasion: how 'expert power' modulates memory and attitudes', *Soc Cogn Affect Neurosci* 3: 353-366.
- Knoch, D., Pascual-Leone, A., Meyer, K., Treyer, V. en Fehr, E. (2006) 'Diminishing reciprocal fairness by disrupting the right prefrontal cortex', *Science* 314: 829-832.
- Knutson, B., Taylor, J., Kaufman, M., Peterson, R. en Glover, G. (2005) 'Distributed neural representation of expected value', *J Neurosci* 25: 4806-4812.
- Kuhnen, C.M. en Knutson, B. (2005) 'The neural basis of financial risk taking', *Neuron* 47: 763-770.
- Lakshminaryanan, V., Chen, M.K. en Santos, L.R. (2008) 'Endowment effect in capuchin monkeys', *Philos Trans R Soc Lond B Biol Sci* 363: 3837-3844.
- LeDoux, J.E. (2000) 'Emotion circuits in the brain', *Annual Review of Neuroscience* 23: 155-184.
- Leiguarda, R., Starkstein, S., Nogues, M., Berthier, M. en Arbelaz, R. (1993) 'Paroxysmal alien hand syndrome', *J Neurol Neurosurg Psychiatry* 56: 788-792.
- McClure, S.M., Laibson, D.I., Loewenstein, G. en Cohen, J.D. (2004) 'Separate neural systems value immediate and delayed monetary rewards', *Science* 306: 503-507.
- Montague, P.R., King-Casas, B. en Cohen, J.D. (2006) 'Imaging Valuation Models in Human Choice', *Annu Rev Neurosci* 29: 417-448.
- Plassmann, H., O'Doherty, J., Shiv, B. en Rangel, A. (2008) 'Marketing actions can modulate neural representations of experienced pleasantness', *Proc Natl Acad Sci USA* 105: 1050-1054.
- Rangel, A., Camerer, C. en Montague, P. R. (2008) 'A framework for studying the neurobiology of value-based decision making', *Nat Rev Neurosci* 9: 545-556.
- Rilling, J.K., King-Casas, B. en Sanfey, A.G. (2008) 'The neurobiology of social decision-making', *Curr Opin Neurobiol* 18: 159-165.
- Rolls, E.T. (2000) 'Précis of The brain and emotion', *Behav Brain Sci* 23: 177-191; discussion 192-233.
- Sanfey, A.G., Rilling, J.K., Aronson, J.A., Nystrom, L.E en Cohen J.D. (2003) 'The neural basis of economic decision-making in the ultimatum game', *Science* 300: 1755-1758.
- Sanfey, A.G. en Chang, L.J. (2008) 'Multiple systems in decision making', *Ann NY Acad Sci* 1128: 53-62.
- Schultz, P.W. (1999) 'Changing behaviour with normative feedback interventions: A field-experiment on curbside recycling', *Basic and Applied Social Psychology* 21: 25-38.
- Schultz, W. (2006) 'Behavioral theories and the neurophysiology of reward', *Annual Review of Psychology* 57: 87-115.
- Shadlen, M.N. en Newsome, W.T. (2001) 'Neural basis of a perceptual decision in the parietal cortex (area LIP) of the rhesus monkey', *J. Neurophysiol* 86: 1916-936.

- Spitzer, M., Fischbacher, U., Herrnberger, B., Gron, G. en Fehr, E. (2007) 'The neural signature of social norm compliance', *Neuron* 56: 185-196.
- Thomson, J.J. (1986) *Rights, Restitution, and Risk: Essays in Moral Theory*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Tom, S.M., Fox, C.R., Trepel, C. en Poldrack, R.A. (2007) 'The neural basis of loss aversion in decision-making under risk', *Science* 315: 515-518.
- Van den Bergh, B., Dewitte, S. en Warlop, L. (2008) 'Bikinis instigate generalized impatience in intertemporal choice', *Journal of Consumer Research* 35: 85-89.

11 EVOLUTIONAIRE VERKLARINGEN VAN SOCIAAL GEDRAG

Abraham P. Buunk en Thomas V. Pollet

Achter veel beleidsdiscussies gaan basale vragen schuil over de aard van de mens. Als men de mens beschouwt als een wezen dat primair of zelfs uitsluitend wordt gedreven door zelfzuchtige motieven, leidt dat tot een heel andere wijze van sturen en beïnvloeden dan wanneer men de mens beschouwt als een wezen dat primair wordt gedreven door andere, bijvoorbeeld altruïstische motieven. Zulke uiteenlopende groepen als filosofen, theologen, politici, beleidsmakers en psychologen hebben zich dan ook beziggehouden met de vraag of de mens van nature ‘goed’ is en gericht op andermans welvaart en welzijn, dan wel ‘slecht’ en enkel uit op eigen gewin. In het – soms verhitte – debat hierover doemt steeds weer de veronderstelling op dat de menselijke soort, bij uitstek in de westerse samenleving, weliswaar zijn ‘beestachtige’, instinctmatige erfenis heeft overstegen door een hoger rationeel en moreel bewustzijn, maar dat dit slechts een dun laagje beschaving is dat onder druk snel afbladdert. Dan wint de natuur het van de cultuur. Daartegenover staat de visie dat de mens in wezen goed is, maar dat zijn pure, moreel zuivere aard juist gecorrumpeerd is geraakt door de westerse samenleving (Ellingson 2001). Aan het slot van dit hoofdstuk laten we zien hoe een evolutionair perspectief een bijdrage kan leveren aan deze discussie.

De benadering die we in dit hoofdstuk uitwerken is de *evolutionaire* sociale psychologie. In dit hoofdstuk willen we uiteenzetten wat dit vakgebied inhoudt, waarom dit betrekkelijk nieuwe vakgebied een wezenlijke verdieping biedt op de traditionele sociale psychologie en willen we een beeld geven van enkele belangrijke inzichten en bevindingen uit het vakgebied. In paragraaf 11.2 gaan we in op reproductie en seksuele competitie, sinds Darwin klassieke thema's in de evolutietheorie. In paragraaf 11.3 gaan we in op het sociale karakter van de mens en de evolutie van het ‘sociale brein’. Hier komen zaken als altruïsme en schijnbaar belangeloze zorg voor anderen ter sprake. De evolutietheorie wordt bijna automatisch geassocieerd met een meedogenloze *survival of the fittest* en veel minder met prosociale en altruïstische gedragingen. Deze zijn echter eveneens essentieel voor ons overleven en verdienen daarom onze uitgebreide aandacht. Aan het slot van dit hoofdstuk komen we kort terug op de vraag of de mens nu ‘van nature goed’ of ‘van nature slecht’ is. Zoals zal blijken slaan beide posities de plank mis.

11.1 EVOLUTIONAIRE SOCIALE PSYCHOLOGIE

De evolutionaire sociale psychologie is primair geïnspireerd door de evolutiebiologie (Buunk en Dijkstra 1999). Ten dele vloeide het ontstaan van deze benadering voort uit onvrede met het gemak waarmee in de gedragswetenschappen allerlei verschijnselen, zoals het feit dat mannen meer misdaden plegen dan vrouwen of het feit dat mensen andere groepen stereotyperen, zonder veel bewijsvoering werden – en worden – toegeschreven aan ‘socialisatie’ en ‘de westerse cultuur’. Vaak wordt de menselijke geest gezien als een ‘schone lei’ waarop opvoeding en cultuur naar hartenlust hun stempel zouden kunnen drukken (bijvoorbeeld Pinker 2002). In evolutionaire benaderingen wordt er echter van uitgegaan dat de mens ter wereld komt met tal van aangeboren mentale mechanismes die ontstaan zijn als onderdeel van de evolutie van de menselijke soort. Voorbeelden daarvan zijn cognitieve mechanismen om snel taal te leren, het vermogen bedriegers te identificeren en een scala aan emoties die sociale relaties reguleren (Cosmides en Tooby 1992, 2005). Dergelijke mechanismen moeten weliswaar door de omgeving in werking worden gezet, maar ze zijn genetisch verankerd. Zij hebben zich ontwikkeld, omdat ze een zo adequaat mogelijke aanpassing aan de omgeving zijn en het reproductieve succes bevorderden.

Het gaat bij de evolutionaire sociale psychologie dus om verklaringen op een hoger niveau dan de sociale psychologie of gedragseconomie bieden, dat wil zeggen op *ultimaat* niveau (Tinbergen 1963), gericht op de functie van een bepaald gedrag voor overleven en reproductie. De sociale psychologie en gedragseconomie groeien in zogenaamde *proximate* verklaringen, in het aanreiken van ‘oorzaken’ die heel dicht aanliggen tegen hetgeen men verklaren wil. Een voorbeeld van een dergelijke verklaring is dat mensen een bepaald gedrag vertonen omdat de normen tegenover dat gedrag in de omgeving positief zijn. Maar *waarom* hebben zich nu juist die normen gevormd? En *waarom* is het zo dat mensen zich zoveel aantrekken van wat anderen vinden? Een andere theorie zegt dat mensen aan procedurele rechtvaardigheid hechten, omdat dat hun status geeft in de groep. Maar *waarom* hebben mensen aan een dergelijke status behoefte? Voorts blijken mensen in hun perceptie en informatieverwerking last te hebben van allerlei soorten bias en kunnen zij vaak niet goed omverweg met statistische informatie, waardoor zij vaak niet handelen in overeenstemming met de rationele keuzetheorie. Maar *waarom* maken mensen dergelijke cognitieve ‘fouten’?

Juist dergelijke vragen naar het ‘*waarom*’ beogen een evolutionaire verklaring te beantwoorden: wat in de evolutie van de menselijke soort heeft daaraan bijgedragen? Andere voorbeelden van *ultimate* vragen zijn: waarom besteden mensen zoveel tijd aan het praten over anderen? Waarom zijn leiders meestal mannen? Waarom is er bij de mens sprake van verborgen ovulatie? Hoe is het vermogen tot coöperatie ontstaan? Is er een geëvolueerd mechanisme voor empathie? Waarom

hebben conflicten tussen groepen bijgedragen aan evolutionair succes? Waarom hebben mensen godsdiensten? In hoeverre zijn cultuur en intelligentie resultaat van vrouwelijke partnerkeuze? Zijn er geëvolueerde mechanismen voor het vaststellen van de mate van verwantschap? Waarom besteden moeders meer aandacht aan de kinderen van hun dochters dan aan die van hun zoons?

Om inzicht te krijgen in de evolutionaire basis van het menselijk gedrag worden meerdere wegen bewandeld. De belangrijkste hiervan zijn de volgende:

- *het vergelijkend perspectief*. In dit perspectief wordt gezocht naar overeenkomsten en verschillen tussen het gedrag van de mens en dat van andere primaten. Wanneer bepaalde kenmerken van de mens, zoals het vermogen tot empathie en het functioneren in hiërarchische groepen, ook al bij de chimpansee worden aangetroffen, wijst dat mogelijkerwijs op een oudere evolutionaire oorsprong van het gedrag dan wanneer een bepaald gedrag, zoals het vermogen tot het leren en spreken van taal en vaderlijke investering in nageslacht, alleen bij de mens wordt gevonden.
- *de Savanne-hypothese*. Dit betreft een perspectief waarin men ervan uitgaat dat mensen primair zijn aangepast aan de omgevingscondities die in het Pleistocene heersten. Gedurende die periode heeft de mens ruwweg 75.000 generaties lang de tijd gehad om zijn voornaamste attributen te ontwikkelen waarin zij zich onderscheidt van andere soorten die als ‘homo’ geïnclassificeerd zouden kunnen worden. Daarom zou de huidige mens nog overwegend de psychologische kenmerken hebben die adaptief waren voor een bestaan als jager-verzamelaar gedurende het Pleistoceen. Tal van experimenten en onderzoeken zijn door dit perspectief geïnspireerd.
- *het gedragsecologisch perspectief*. In dit perspectief wordt aangenomen dat er nu ook vandaag de dag aanpassing aan de omgeving en evolutie plaatsvindt. Op een soortgelijke manier als ecologen dieren in hun natuurlijke omgeving observeren, observeren humane gedragsecologen (of evolutionair antropologen) gedurende langere tijd achtereen mensen in hun natuurlijke omgeving, met name in pre-industriële samenlevingen, bij voorkeur die welke nog weinig beïnvloed zijn door de westerse cultuur (Barrett et al. 2002). Men kijkt primair naar de factoren die reproductief succes beïnvloeden.
- *het crossculturele perspectief*. Vanuit evolutionair perspectief bestaat vaak bijzondere aandacht voor voor de mens universele kenmerken die in alle culturen worden gevonden (Brown 1991). Dat betekent geenszins dat evolutionaire verklaringen haaks staan op culturele verklaringen (Nettle 2009). Integendeel, de evolutionaire benadering is juist bij uitstek gericht op de invloed van de context, omdat verschillen in context gebruikt kunnen worden om evolutionaire hypothesen te toetsen.

11.2 INTRASEKSUELE COMPETITIE EN REPRODUCTIE

In 1859 publiceerde Darwin het beroemde *Het ontstaan van soorten*, waarin hij zijn ideeën over *natuurlijke selectie* uiteenzette. De kern van zijn theorie is dat binnen elke diersoort als gevolg van toeval variaties in eigenschappen bestaan tussen individuele leden van de soort. De variaties die het meest adaptief zijn (dat wil zeggen, die het dier de beste kansen geven binnen zijn omgeving te overleven), zullen in de loop der generaties uitgroeien tot eigenschap van de diersoort als geheel. De leden van de soort die wél over die eigenschap beschikken, hebben immers een relatief grotere kans zich voor te planten dan de leden die daar niet over beschikken. Die laatste sterven geleidelijk aan uit. Het is een *survival of the fittest*. Behalve natuurlijke selectie onderscheidde Darwin ook *seksuele selectie*. Het gaat hier om de selectie van die kenmerken die gunstig waren bij het strijden om de toegang tot de andere sekse (meestal de vrouwtjes) en bij het behagen van de andere sekse. Het gewei van herten, de pauwenstaart en de zang van vogels zijn hiervan bekende voorbeelden. Hieronder gaan we allereerst in op de dynamiek van intraseksuele competitie die de basis vormt van seksuele selectie. Vervolgens gaan we in op een op levensgeschiedenistheorie, die wat de mens betreft buitengewoon succesvol is het verklaren van met name reproductief gedrag.

11.2.1 INTRASEKSUELE COMPETITIE

Evolutie volgt vaak basale marktprincipes: als iets een schaars goed is, dan gaat de prijs omhoog en wordt erom geconcentreerd (Guttentag en Secord 1983; Pedersen 1991; Pollet en Nettle 2008). Omgekeerd, als bepaalde producten overvloedig en in grote variëteit aanwezig zijn en ook nog weinig kosten, dan kan men naar hartenlust het beste product uitkiezen. Deze principes zijn direct van toepassing op het gedrag tussen de seksen. Vrouwen zijn duur, mannen zijn goedkoop. Bij de meeste dieren is het produceren van nageslacht voor vrouwtjes een veel kostbaardere zaak dan voor mannetjes (Trivers 1972; Daly en Wilson 1983). Mannen kunnen met weinig inspanning een nakomeling verwekken en hun reproductief succes wordt primair beperkt door de beschikbaarheid van vrouwtjes. Bij veel diersoorten, en zeker bij de zoogdieren en vogels, moeten vrouwen meestal heel veel investeren in hun nageslacht en het reproductief succes van vrouwen wordt primair beperkt door de beschikbaarheid van voedsel, door parasieten en roofdieren. Bij mannen is er meer variatie in 'reproductief succes', dat wil zeggen, mannen kunnen potentieel veel meer nakomelingen voortbrengen dan vrouwen, maar lopen tevens meer de kans helemaal geen nakomelingen te verwekken.

Competitie bij mannen

Omdat toegang tot vrouwen doorgaans de limiterende factor is voor mannelijk reproductief succes, hebben zich bij de mannetjes van tal van diersoorten allerlei eigenschappen ontwikkeld waarmee men rivalen kan verslaan en kan weghouden

bij de vrouwtjes. In deze *intra-seksuele competitie* zijn de sterkere en grotere mannetjes in de evolutie in het voordeel geweest. Hoewel voor het bereiken van een hoge positie in onze hedendaagse samenleving fysieke grootte en kracht relatief onbelangrijk zijn, speelt bijvoorbeeld vandaag de dag lengte een grotere rol in sociale relaties dan vaak wordt aangenomen. Experimenteel onderzoek laat zien dat in van oorsprong leiderloze groepen langere mannen eerder komen bovendrijven als leider en in organisaties bereiken langere mannen vaker leidinggevende posities (Pollet et al., ongepubliceerde data). Langere mannen zijn ook minder competitief en jaloers ingesteld (Buunk et al. 2008) en worden door vrouwen geprefereerd boven kleine mannen (Pawlowski et al. 2000; Hensley 1994).

Ten gevolge van de onderlinge competitie om de gunsten van vrouwen, is bij mannen, meer dan bij vrouwen, een streven ontwikkeld om status, macht en middelen te verwerven (Sidanius en Pratto 1999). Overal ter wereld zijn mannen meer geïnteresseerd in dergelijke zaken dan vrouwen. Wanneer een groep bestaande uit mannen en vrouwen een taak krijgt die ze samen moeten aanpakken, dan is de kans groter dat een man zich opwerpt als leider dan dat een vrouw dat doet en de vrouwen in de groep hebben er meestal weinig moeite mee dat te accepteren. Mannen domineren de top van bedrijfsleven, wetenschap en politiek. Dat het streven naar status, macht en middelen een vooral bij mannen geëvolueerde eigenschap is, blijkt uit tal van historische en antropologische studies die het grotere reproductieve succes van mannen met dergelijke kwaliteiten laten zien. Er is een overweldigende hoeveelheid evidentie dat door de eeuwen heen en in alle culturen mannen met een hoge status en meer middelen inderdaad relatief veel meer reproductief succes hadden (Buss 1999). Bijvoorbeeld, bij uiteenlopende groepen zoals de hedendaagse Kipsigis in Kenia en bewoners van Oost-Friesland in de 19de eeuw hebben mannen met meer grond meer nageslacht (Borgerhoff-Mulder 1990; Nettle en Pollet 2008; Voland 1990). Meer geld maakt kortere intervallen tussen geboorten mogelijk, maakt het mogelijk een flinke bruidschat voor een vrouw neer te tellen, maar kan ook direct geleid hebben tot een voorkeur bij vrouwen voor dergelijke mannen in culturen zoals de West-Europese waar vrouwen al vroeg een redelijke vrijheid van partnerkeuze hadden.

Het is nog niet helemaal duidelijk of in onze huidige tijd met zijn anticonceptie en individuele vrijheid, meer status, macht en middelen wel leiden tot meer reproductief succes. Toch is er evidentie dat ook bij mannen vandaag de dag de beschikbaarheid van meer middelen gepaard gaat met reproductief succes. Hopcroft (2006) toonde in een grote steekproef van Amerikanen aan dat naarmate hun inkomen hoger was, mannen meer kinderen hadden (zie ook Fieder en Huber 2007; Nettle en Pollet 2008). Interessant was dat er bij vrouwen een negatief verband bleek te bestaan tussen inkomen en aantal kinderen: hoe hoger hun inkomen was, hoe minder kinderen ze hadden en dat verband was een stuk sterker dan dat bij mannen. Met andere woorden, een hoog inkomen reduceert het kinderaan-

tal bij vrouwen meer dan het dat dit bij mannen het kindertal doet toenemen. Het is nog niet duidelijk hoe dat komt.

Naast dominantie en macht in de strijd om vrouwen, hebben mannen echter ook allerlei andere strategieën ontwikkeld om vrouwen te behagen. Hoewel het menselijk brein zich weliswaar ontwikkelt om in steeds grotere groepen te kunnen functioneren, verklaart dit waarschijnlijk nog niet helemaal de supersnelle groei van het menselijk brein. In het algemeen wordt aangenomen dat een evolutionair zeer snelle verandering onder meer kan optreden wanneer er sprake is van *seksuele selectie*, wanneer het gaat om een kenmerk van het ene geslacht (meestal het mannetje) dat door het andere geslacht (meestal het vrouwtje) wordt geprefereerd als teken van goede genetische kwaliteit. Seksueel geëvolueerde eigenschappen worden meestal opzichtiger getoond door mannen dan door vrouwen en tonen een grote variatie tussen individuen. Een van de meest aansprekende voorbeelden hiervan is de pauwenstaart: een prachtig orgaan dat het overleven flink bemoeilijkt, maar dat juist daarom door vrouwtjes wordt verkozen. Charles Darwin (1871) besteedde al veel aandacht aan het verschijnsel seksuele selectie. Zijn klassieke *The descent of man* is vooral een verslag van sekseverschillen in de versierselen bij dieren. Seksuele selectie is een onvoorspelbaar, diversifiërend proces. Het gebeurt nooit twee keer op dezelfde manier. Er zijn waarschijnlijk een half miljoen soorten kevers, maar de mannelijke versierselen zijn bij geen enkele soort gelijk aan die van een andere soort. Bij vogels hebben zich de meest uiteenlopende kenmerken ontwikkeld. Van de drie honderd soorten primaten hebben er geen twee dezelfde vorm en kleur van gezichtshaar. Het zijn de vrouwtjes die er in hun kieskeurigheid voor gezorgd hebben dat bij allerlei diersoorten mannetjes zulke bijzondere kenmerken hebben ontwikkeld. Inmiddels is er veel experimentele evidentie voor het optreden van seksuele selectie.

Volgens Miller (2000) vervullen verbale en artistieke kwaliteiten bij menselijke mannen dezelfde functie als versierselen bij andere dieren. Toen taal voor vrouwen belangrijker werd, ontstond voor mannen de mogelijkheid om vrouwen te verleiden, te charmeren en te controleren middels taal. Toen mensen eenmaal ontdekten hoe ze vuistbijlen konden maken, gingen ze steeds mooiere bijlen maken zonder praktische meerwaarde, maar vooral bedoeld lijken geweest te zijn om anderen, en dan vooral vrouwen, te imponeren. Toen eenmaal ontdekt werd hoe men kon schilderen – zoals bewaard gebleven is in de grotten van Altamira en Lascaux – werd deze kunstvorm waarschijnlijk meteen aangewend om vrouwen te behagen. Dat zou betekenen dat creativiteit voor mannen veel meer gerelateerd is aan het behagen van de andere sekse dan voor vrouwen. In een serie experimenten toonden Griskevicius et al. (2006) aan dat bij mannen de creativiteit wel, maar bij vrouwen niet, bijzonder gestimuleerd worden als ze gefocust zijn op een kortetermijnsrelatie met een aantrekkelijke partner van het andere geslacht. Zij brachten de helft van de proefpersonen in de *paringsconditie*. Deze proefpersonen

moesten zich voorstellen dat ze met een door hen uitgekozen persoon van het andere geslacht een afspraakje hadden. In de *controle conditie* kregen de andere proefpersonen een straat te zien met verschillende gebouwen waarbij ze zich moesten voorstellen dat ze in deze straat waren. Alle proefpersonen werden vervolgens onderworpen aan creativiteitstaken. Het bleek dat de mannen in de paringsconditie veel meer creativiteit lieten zien dan in de controleconditie. Vrouwen vertoonden in de paringsconditie evenveel creativiteit als in de controleconditie, en veel minder dan mannen. Kortom, anders dan vrouwen, worden mannen wanneer ze gericht zijn op het aantrekken van een partner opeens creatief. De man zet als het ware zijn pauwenveren op. Seksuele selectie kan allerlei functieloze, ogenschijnlijk overbodige gedragingen verklaren, zoals de aantrekkingskracht van poëzie, van verhalen vertellen, van humor, van muziek en van beeldende kunst (Miller 2000).

Tot slot moet erop worden gewezen dat ook risicovol altruïstisch gedrag – zoals het redden van anderen uit een brandend huis – een functie kan vervullen in de intraseksuele competitie: ‘helden’ kunnen op veel waardering rekenen van de kant van het vrouwelijke geslacht. Dit verschijnsel is ook bij andere soorten aangetroffen: vissen die leven van het schoonmaken van andere vissen gedragen zich coöperatiever als er anderen toekijken (zie Bshary et al. 2007). In dit verband wordt ook gesproken over *competitief altruïsme* (Roberts 1998; Barrett et al. 2002; Van Vught et al. 2007). Zo toont onderzoek aan dat mannen zich altruïstischer gedragen als ze bekeken worden door vrouwen.

Competitie bij vrouwen

Bij de mens begeven ook vrouwen zich in onderlinge competitie (Campbell 2002). Bij mensen kennen we namelijk paarvorming en heeft zich geleidelijk de situatie ontwikkeld dat ook mannen vaak, zij het zeker niet in alle gevallen, investeren in het nageslacht, middels het verschaffen van bescherming en het aandragen van voedsel. Dat mannen zich bekommeren om hun nageslacht is voor zoogdieren extreem uitzonderlijk: slechts 3 procent heeft één of andere vorm van paarvorming (Emlen 1995). Vrouwen hebben om allerlei redenen die bescherming nodig. Allereerst kost het voldragen van een kind veel tijd en energie. Bovendien komt het menselijke kind onvolgroeid ter wereld en zijn pas negen maanden na de geboorte allerlei functies dermate ontwikkeld als bij bijvoorbeeld de pasgeboren chimpansee (Kaplan en Gangestad 2005). De reden hiervoor is dat het menselijke hoofd zo groot is dat het niet door het geboortekanaal zou kunnen als hij volgroeid is. De ‘oplossing’ is het kind vroeger geboren te laten worden. Met zo’n kwetsbare baby is hulp van anderen gewenst, mede omdat een vrouw bescherming tegen andere mannen goed kan gebruiken. Bij leeuwen doodt een nieuwe leider van de groep de aanwezige welpen, zodat de vrouwtjes weer vruchtbaar worden en zij voor de nieuwe leider nakomelingen kunnen voortbrengen (Packer en Pusey 1983). Bij mensen in de oertijd was een vrouw zonder bescherming tegen mannen

kwetsbaar. Bij de Ache in Paraguay bijvoorbeeld wordt het kind van een vrouw gedood wanneer haar mannelijke beschermer wegvalt (Hill en Hurtado 1996). Andere groepsleden vinden dit eenvoudigweg een te grote last. Maar omdat mannen investeren in hun nageslacht en heel hoge kosten maken, zijn menselijke mannen ook kieskeurig in de partnerkeuze, althans als het gaat om langetermijnrelaties. En daarom is er bij mensen wel degelijk ook sprake van competitie tussen vrouwen.

Verschillen

Er zijn echter enkele verschillen tussen intra-seksuele competitie bij mannen en bij vrouwen. Allereerst is bij mannen intra-seksuele competitie evolutionair gezien veel ouder. Voor een deel is de mannelijke competitie een voortzetting van die tussen mannen bij andere diersoorten waar we van afstammen. Bij vrouwen is de competitie voor een belangrijk deel evolutionair gezien recenter. Chimpanseevrouwtjes hoeven niet te concurreren in uiterlijke aantrekkelijkheid, want de mannetjes zijn maar al te gretig om te paren (Buunk en Fischer 2009). Voorts verschillen vrouwen van mannen in de dimensies waarop geconcentreerd wordt. Terwijl mannen meer concurreren op het vlak van status, aanzien en fysieke dominantie, doen vrouwen dat meer, en vooral, op het gebied van uiterlijke aantrekkelijkheid. Uit onderzoek blijkt dat wanneer mensen geconfronteerd worden met een jaloezie oproepende situatie, door vrouwen een uiterlijk aantrekkelijke rivaal als meer bedreigend wordt ervaren en door mannen een fysiek dominante rivaal. Dat gebeurt ook wanneer dergelijke rivalen subliminaal worden aangeboden, dat wil zeggen zodanig kort worden getoond dat mensen ze niet bewust kunnen zien (Buunk et al. 2007). Uit een onderzoek van Baenninger et al. (1993) blijkt dat vrouwen een aantrekkelijke vrouw minder aardig gaan vinden, met name wanneer zij intra-seksuele competitie saillant maakt, bijvoorbeeld wanneer zij praat met een man. Luxen en Van de Vijver (2006) vonden in een experiment met een nagebootste sollicitatiesituatie dat, waar het ging om kandidaten van hetzelfde geslacht voor iemand met wie men nauw zou moeten samenwerken, mannen de fysiek aantrekkelijke kandidaat prefereerden boven een fysiek minder aantrekkelijke kandidaat, terwijl vrouwen zich lieten leiden door competitieve gevoelens: zij gaven de voorkeur aan de minder aantrekkelijke kandidaat boven de aantrekkelijke.

Een ander en heel essentieel verschil tussen mannen en vrouwen wat betreft intra-seksuele competitie is dat mannen zich veel meer in fysieke agressie begeven dan vrouwen (Archer 2004; Campbell 2002, 2005). Dat wil niet zeggen dat dergelijke agressie bij vrouwen niet voorkomt. Integendeel. Met name in polygyne culturen concurreren ook vrouwen met elkaar over voedsel, geld, vaderlijke zorg voor hun kinderen en de erfenis (Burbank 1987). In niet minder dan 61 procent van dergelijke culturen kwam lichamelijke agressie voor bij vrouwen, meestal gericht op andere vrouwen. Maar niettemin wordt het overgrote deel van de moorden gepleegd door mannen en zijn gewelddadige intergroepsconflicten primair een

mannelijke aangelegenheid. (Archer 2009; Wrangham en Peterson 1996). Volgens Campbell (2005) is het vooral zo dat vrouwen veel terughoudender zijn om zich in fysieke agressie te begeven en om andere vormen van lichamelijke risico's nemen, omdat daar hun reproductief succes niet bij gebaat is, en zelfs in gevaar kan komen. Mannen kunnen door het nemen van fysieke risico's indruk maken op vrouwen door hun kracht en durf te demonstreren. Bij de Yanomanö in het Amazonegebied hebben bijvoorbeeld mannen die andere mannen hebben gedood meer vrouwen en kinderen (Chagnon 1992). Uiteraard lopen mannen bij hun agressieve interacties het gevaar deze zelf niet te overleven of beschadigd te raken, maar dat weegt niet op tegen de baten die dapper gedrag over het geheel genomen kunnen hebben (Campbell 2005). Een dappere man die wordt gedood kan al meerdere nakomelingen hebben verwekt. Een man kon in het evolutionair verleden beter het risico nemen op lichamelijke schade dan een reputatie ontwikkelen als een slappeling naar wie geen vrouw omkeek. Vrouwen hebben er geen enkele baat bij fysieke risico's te nemen. Allereerst zullen mannen bij voorkeur geen vrouw kiezen die dat soort risico's neemt, omdat ze daarmee mogelijkerwijs zijn investeringen in hun gezamenlijk nageslacht in gevaar zal brengen. Bovendien brengen vrouwen daarmee ook hun eigen nageslacht in gevaar. Bij vrouwen is, aldus Campbell, zorg voor de eigen gezondheid en veiligheid belangrijker voor hun reproductief succes dan bij mannen.

11.2.2 LEVENSGESCHIEDENISTHEORIE

Een uitermate succesvolle theorie binnen de biologie is de levensgeschiedenistheorie (Roff 1992; Stearns 1992). Deze theorie wijst op fundamentele *trade-offs* die elk organisme tegenkomt in zijn/haar bestaan. De nadruk ligt voornamelijk op drie fundamentele *trade-offs*: investering in lichaamsgroei versus investering in nakomelingen, investering in ouderlijke zorg versus investering in paren, en de *trade-off* tussen kwaliteit en kwantiteit van de nakomelingen (Kaplan en Gangestad 2005). Cruciaal is hier het gegeven dat elk organisme slechts een eindig energiebudget heeft dat het kan verdelen over verscheidene strategieën. Zo kan een hypothetisch organisme kiezen voor een trage groei of een snelle groei, of voor veel nakomelingen maar van lage kwaliteit of weinig nakomelingen maar dan van hoge kwaliteit. Elke keuze heeft echter gevolgen. De relatieve kosten en baten van elke energieallocatie door een gegeven organisme variëren bovendien tussen verscheidene fasen waarin het organisme zich bevindt: groei, voortplanting, ouder worden. Er treedt selectie op, organismen die optimaal hun energiebudget beheren gedurende verschillende fasen van hun leven hebben doorgaans een grotere kans om hun genen na te laten dan organismen die dat niet doen. Levensgeschiedenistheorie gaat na welke de optimale allocatie zou zijn binnen het raamwerk van al deze *trade-offs*. Daarnaast probeert levensgeschiedenistheorie de rol van individuele en omgevingsverschillen voor de optimale allocatie van deze energiebudgetten te doorgronden.

In zijn extreme vorm kan men beargumenteren dat natuurlijke selectie leidt tot de evolutie van twee types soorten: r versus K. Individuen kunnen net als soorten een r- of een K-strategie volgen (Pianka 1970). Een r-strategie wordt gekenmerkt door een relatief korte groei, het redelijk vroeg hebben van nakomelingen, het hebben van veel nakomelingen en een korte levensverwachting. Een K-strategie is het tegenovergestelde hiervan: een lange ontwikkeling, weinig nakomelingen (maar van een hogere kwaliteit) en een hoge levensverwachting. De twee strategieën, r en K, maken natuurlijk deel uit van een continuüm en slechts weinig soorten (of individuen) kunnen geclassificeerd worden als volledig r of volledig K.

Wat betreft de mens, wijst de levensgeschiedenistheorie op enkele fundamentele zaken waarin de mens danig verschilt van andere nauwverwante primatensoorten. Mensen hebben in vergelijking tot andere primaten bijzonder grote hersenen (relatief ten opzichte van lichaamsgewicht). Dit heeft tot gevolg dat in schril contrast tot andere primaten, mensen een bijzondere lange ontwikkeling *ex utero* hebben. Dit heeft dan weer tot gevolg dat de mens zich relatief laat voortplant en mogelijk zelfs dat de mens een lange postreproductieve levensverwachting heeft. Het is overduidelijk dat de mens een strategie volgt die veel meer bij de K-strategie aanleunt dan andere primatensoorten en dit heeft alles te maken met onze relatieve grote hersenen, die bovendien ook nog eens veel energie gebruiken.

Levensgeschiedenistheorie is wat betreft de mens erg succesvol in het verklaren van gedrag, met name reproductief gedrag, van moderne jagers-verzamelaars (Hill en Hurtado 1996). Levensgeschiedenistheorie is echter ook van belang voor het begrijpen van gedrag in moderne samenlevingen. Zo levert levensgeschiedenistheorie testbare hypothesen op over tienerzwangerschappen. Vanuit de levensgeschiedenistheorie worden er belangrijke individuele verschillen verwacht naargelang de omgeving waarin een organisme zich ontwikkelt. Zo kan men voorspellen dat individuen die zich ontwikkelen in een 'slechte' omgeving met weinig vooruitzichten hun reproductieve strategie zullen versnellen. Van tienermoeders kan dus gezegd worden dat ze een reproductieve strategie volgen die dichter aanleunt bij een r-strategie dan bij een K-strategie. Chisholm (1999) beargumenteerde dat de leeftijd van de eerste menstruatie bij vrouwen samenhangt met de perceptie dat er een kans is op overlijden. Er is een *trade-off* tussen de huidige fertiliteit en de totale verwachte fertiliteit. Onderzoek naar tienerzwangerschappen lijkt dit te bevestigen: vrouwen die vroeg kinderen willen, lijken een ander tijdspectatief te hebben dan vrouwen die later kinderen willen (Johns 2004). Indien men bijgevolg een daling in het aantal tienerzwangerschappen zou willen bewerkstelligen, dan is het zaak om de tekenen van een slechte omgeving die het individuele gedrag beïnvloeden aan te pakken. Voorlichting omtrent anticonceptie zal slechts een beperkt effect hebben op het reproductief gedrag van tienermoeders. Het is echter nog niet helemaal duidelijk in hoeverre de lokale omgeving, dan wel persoonlijke negatieve ervaringen leiden tot een versnelde reproductieve strategie.

Het is ook mogelijk dat tienerzwangerschappen plaatsvinden omdat tienermoeders gebruik willen maken van de grootouderlijke investering. Ze passen bijgevolg hun reproductieve strategie aan en kiezen er bewust voor om hun eerste kind vroeg te hebben. Historisch en demografisch onderzoek leert dat grootouders, met name (maternale) grootouders, een belangrijke rol spelen bij de ontwikkeling van kleinkinderen. Bijgevolg zouden maatregelen die grootouders ten goede komen wel eens effect kunnen hebben op de ontwikkeling van kleinkinderen, met name die uit lagere sociale strata. Als men dus op indirecte wijze de levensverwachting van ouderen in deze strata kan beïnvloeden, dan heeft dit mogelijk een intergeneratieel positief effect.

Een andere factor die een rol lijkt te spelen bij reproductief gedrag, is de aan- of afwezigheid van een biologische vader (Belsky et al. 1991; Hoier 2003; Chisholm et al. 2005). Vrouwen van wie de (biologische) vader afwezig is gedurende de kindertijd ontwikkelen zich sneller dan vrouwen van wie de vader aanwezig is. Zoals de levensgeschiedenistheorie voorspelt: individuen die opgroeien in omgevingen waar de toekomst weinig rooskleurig is, zullen hun reproductieve strategie versnellen. Meer direct bewijs hiervoor is er ook van studies die aantonen dat stress en een slechte band met ouders een direct effect hebben op het reproductief gedrag van jonge vrouwen (Chisholm et al. 2005; maar zie Campbell en Udry 1995). Net als in andere soorten leiden individuele negatieve ervaringen dus consequent tot een versnelling van de groei en een eerdere investering in reproductief gedrag. Er vindt dus een verschuiving plaats van een K-strategie naar een r-strategie.

11.3 DE MENS ALS SOCIAAL WEZEN

Hoewel er veel onduidelijk is over hoe de evolutie van de mens precies is verlopen, lijkt één ding zeker: de mens is geëvolueerd in sociale verbanden. Problemen tussen mensen betreffen thema's zoals erkenning, waardering, gelijkwaardigheid, erbij horen, aanzien en macht, en er is niets erger dan om buiten de groep gesloten te worden, ook al staat er verder niets op het spel. Tal van experimenten van Kip Williams en zijn collega's (zie Spoor en Williams 2007) hebben dit laten zien aan de hand van een simpel spelletje tussen drie mensen. In dit type spelletje moet men elkaar de bal overgooien, maar één van de drie krijgt naar verloop van tijd nooit meer de bal toegespeeld. En daardoor voelt hij zich niet zomaar chagrijnig, maar flink gedeprimeerd. Je zou zeggen: wat doet het ertoe niet mee mogen doen bij een dergelijk triviaal spelletje? Maar voor mensen doet het er *alles* toe om door anderen erkend te worden en erbij te horen.

Dit soort bevindingen staan haaks op de veronderstelling dat mensen primair egoïstische wezens zouden zijn die, net als veel andere dieren, allereerst gericht zijn op het eigen overleven, desnoods ten koste van anderen. Bij de evolutie-

heorie denken velen aan dit beeld van organismen als in essentie zelfzuchtig. Dit beeld is echter allang achterhaald. Het beeld komt voort uit een nogal simplistische interpretatie van de term *survival of the fittest*, en is ook in het geheel niet in overeenstemming met de oorspronkelijke ideeën van Darwin die juist wees op de evolutionaire basis van altruïsme en empathie. Mensen kunnen een grote tijds-spanne van hun leven niet zonder de zorg en hulp van anderen, en zijn dan ook, net als diverse andere dieren, door-en-door sociale wezens. Vorige hoofdstukken bevatten diverse voorbeelden van altruïstisch gedrag dat erop wijst dat mensen niet alleen maar kijken naar de eigen opbrengsten. Bovendien blijkt de behoefte tot verbondenheid met andere mensen een van de eerste levensbehoeften te zijn. Als onvoldoende aan die behoefte is voldaan, heeft dat schadelijke gevolgen voor zowel de lichamelijke als geestelijke gezondheid en in het ergste geval leidt het zelfs tot de dood (Baumeister en Leary 1995; Taylor 2007; Cacioppo en Patrick 2008).

In deze paragraaf bespreken we drie evolutionaire benaderingen die een licht werpen op het sociale karakter van de mens. Allereerst de socialebreinhypothese, daarna de theorievorming over het belang van verwantschap en tot slot de theorie van het wederkerig altruïsme.

11.3.1 HET SOCIALE BREIN

Anders dan veel diersoorten, hebben wij een bewustzijn van onszelf: wij kunnen naar onszelf kijken, over onszelf nadenken, en een beeld vormen van onszelf. Wij hebben een relatie met onszelf. In de evolutionaire biologie wordt verondersteld dat een dergelijk zelfbewustzijn een noodzakelijke voorwaarde is voor complexe relaties met anderen. Pas met een zelfbewustzijn kan een individu zich verplaatsen in hoe de ander hem ziet, zijn gedrag daarop afstemmen en de ander voor zijn karretje spannen.

Lang heeft men gedacht dat de mens uniek was in zijn zelfbewustzijn. De laatste decennia is echter bij steeds meer andere diersoorten ook een vorm van zelfbewustzijn aangetroffen. Dat blijkt dan uit de zogenaamde spiegeltest (Gallup 1970). Een dier krijgt een vlek op zijn hoofd geverfd. De meeste dieren die een spiegel wordt voorgehouden, nemen aan dat ze een soortgenoot zien en komen niet op het idee dat zij zichzelf zien. Een hond begint te blaffen of probeert achter de spiegel de hond die hij ziet op te sporen. Maar een chimpansee komt op een gegeven moment tot het besef dat hij het *zelf* is daar in de spiegel en begint aan de vlek te krabben. Inmiddels is gebleken dat ook dolfijnen zichzelf kunnen herkennen in de spiegel (Reis en Marino 2001) en hetzelfde geldt waarschijnlijk ook voor olifanten (Plotnik et al. 2006). En wat lang voor onmogelijk werd gehouden: pas is gebleken dat ook bepaalde kraaiachtigen, met name eksters, zelfbewustzijn kennen (Prior et al. 2008). Dat is niet voor niets: deze vogels verbergen hun voedsel op allerlei plek-

ken en zijn gebaat bij het besef dat soortgenoten die getuige zijn van dit verberggedrag, er met dat voedsel vandoor zouden kunnen gaan (Bshary et al. 2007; Clayton et al. 2007). Het zelfbewustzijn is bij mensen uiteraard verder ontwikkeld: zij kunnen door hun zelfbewustzijn over hun relaties nadenken en bespiegelen. Ze kunnen bewust proberen dingen in hun relaties te veranderen en trajecten uitzetten voor het beïnvloeden van anderen.

Het grote zelfbewustzijn van de mens maakt mogelijk dat het groepsleven van de mens complexer is dan dat van andere verwante soorten die ook in groepen leven zoals chimpansees en bavianen (Dunbar 1993). Dat groepsleven vereist een groot aantal vaardigheden, zoals het kunnen vormen en onderhouden van coöperatieve relaties, het kunnen functioneren in complexe hiërarchieën, het kunnen reguleren van agressie en het omgaan met competitie. Vaak wordt gedacht dat ons grote brein vooral ontstaan is om problemen op te lossen in onze natuurlijke omgeving, maar dat is slechts zeer ten dele waar. De intelligentie is juist verankerd in de hersenschors. Bij mensen is de hersenschors relatief groot ten opzichte van de rest van het brein. Uit onderzoek van de Engelse bioloog Robin Dunbar (1993) blijkt nu dat, wanneer je allerlei soorten primaten – de apen, mensapen en halfapen – met elkaar vergelijkt, over soorten heen de hersenschors ratio – de verhouding tussen de hersenschors en de rest van het brein – direct en sterk samenhangt met de grootte van de groep waarin de soort leeft. Dat gegeven wordt veelal geïnterpreteerd als een bewijs dat het menselijk brein zich vooral heeft ontwikkeld om in steeds grotere sociale verbanden te leven. Dunbar spreekt dan ook van het *sociale brein*. Op basis van een vergelijking tussen primaten is te berekenen dat de optimale groepsgrootte voor mensen rond de 150 mensen ligt (met een zekere marge uiteraard). Dat is de grootte van de clan, van het aantal mensen dat je persoonlijk kunt kennen; het was in de oertijd wellicht het aantal mensen op wie je in geval van nood eventueel een beroep kon doen. Zowel dorpen van jagers-verzamelaars als religieuze groepen blijken zich vaak te splitsen wanneer hun omvang de 150 overschrijdt. Organisaties krijgen als ze boven die grens uitkomen vaak behoefte aan formele regels en een formele hiërarchie, omdat dan de informele sociale controle niet langer goed functioneert.

Een van de redenen waarom het sociale brein vooral voor de mens een noodzakelijkheid werd, was dat, anders dan andere diersoorten, de mens leeft in sociale verbanden met veel niet-verwanten. Sociale dieren zoals olifanten, wolven en bavianen leven in groepen met overwegend verwanten. Verwanten hebben in principe een vanzelfsprekende band met elkaar, omdat ze een deel van de genen gemeen hebben en daarom eerder op elkaars steun kunnen rekenen. Men hoeft ook minder bang te zijn door een verwant bedreigd of aangevallen te worden. Vooral de complexe communicatie door middel van taal die een grote hersenschors mede mogelijk maakt is van belang voor het onderhouden van relaties. Volgens Dunbar (1996) ontwikkelde taal zich allereerst om mensen in staat te

stellen in steeds grotere groepen te functioneren. Vaak wordt gedacht dat taal vooral ontstaan is voor informatieuitwisseling over zaken die direct van belang zijn voor het overleven, zoals waar je voedsel kunt vinden, welke planten je kunt eten en waar zich veel wild bevindt. Maar dat is helemaal niet hetgeen waarvoor taal het meest wordt benut: ongeveer 60-70 procent van de spreektijd wordt gebruikt voor roddelen en praten over zichzelf in plaats van het doorgeven van bijvoorbeeld nuttige informatie. Taal lijkt ook bij uitstek geschikt voor zaken zoals humor, verhalen vertellen, politieke en religieuze beïnvloeding, en poëzie – allemaal dingen waar je anderen mee voor je kunt winnen en relaties kunt onderhouden. Bij andere primaten worden de relaties met anderen binnen de groep vooral onderhouden door elkaar te vlooiën. Maar dat wordt moeilijk als de groep erg groot wordt. In de voor mensen karakteristieke groep van 150 zou men al de helft van de tijd kwijt zijn aan vlooiën. De hoeveelheid waaktijd door mensen besteed aan praten blijkt precies gelijk te zijn aan de tijd die andere primaten besteden aan vlooiën – een duidelijke aanwijzing voor de sociale functie van taal. Ons grote brein is nodig om alle mensen die we kennen en waarmee we omgaan op een efficiënte manier te herinneren, om met elkaar over anderen te communiceren en om anderen te kunnen manipuleren. Het voordeel van taal is ook dat we met meer dan één persoon tegelijk kunnen praten, al is dat aantal anderen ook weer niet onbeperkt; het maximum ligt op drie mensen. De grens van 150 is niet de grens voor het aantal intimi; die grens ligt veel lager. Ons brein kan gemiddeld niet meer dan vier goede vrienden aan en kan een ‘sympathiegroep’ hanteren van ongeveer twaalf mensen, dat wil zeggen, mensen aan wie men gehecht is en met wie men ten minste maandelijks contact heeft (Dunbar 1996). Voor vrouwen liggen die grenzen overigens wat hoger dan voor mannen (Hill en Dunbar 2003; Roberts et al. 2008).

Dat de mens op allerlei manieren tot een sociaal wezen is geëvolueerd, blijkt ook uit de snelle manier waarop mensen de voor het sociale verkeer belangrijke eigenschappen van anderen kunnen inschatten. Bar et al. (2006) toonden bijvoorbeeld aan dat eerste indrukken van mannen, speciaal die welke een bedreiging uitstralen, in het algemeen binnen de eerste 39 milliseconden worden gemaakt, louter op basis van visuele informatie. Volgens de klassieke sociale psychologie gaat het hierbij primair om stereotypen die geen relatie hebben met de werkelijkheid. In een handboek over sociale cognitie stelt Kunda (1999) bijvoorbeeld met klem: “We zijn niet in staat met enige zekerheid iemands gedrag in een situatie te voorspellen op basis van zijn gedrag in een andere situatie” (p. 426). Vanuit evolutionair perspectief is dat uitermate onwaarschijnlijk. Anderen snel intuïtief op een betrouwbare en accurate manier kunnen inschatten is uiterst adaptief. Er is inmiddels veel evidentie dat eerste indrukken niet alleen al in de eerste seconden ontstaan en moeilijk veranderbaar zijn, maar ook behoorlijk correct zijn (Fetchnhauer en Buunk 2002). Op basis van onderzoek waarin proefpersonen korte video-opnamen zonder geluid aangeboden kregen van verschillende stimulusper-

sonen, blijkt dat mensen redelijk goed in staat zijn verschillende kenmerken, zoals de mate van extraversie en consciëntieusheid, van die stimuluspersonen accuraat te voorspellen (zie Stillman en Maner 2009; en de meta-analyse van Ambady en Rosenthal 2000). De validiteit van de beoordelingen nam niet toe bij meer informatie over de stimuluspersonen (door bijvoorbeeld de duur van de videoclip te verlengen of de geluidsopnamen te laten horen). Verder lijken juist adaptief belangrijke kenmerken, zoals de mate waarin de ander geïnteresseerd is in seksuele contacten zonder enige emotionele binding, correcter te worden ingeschat dan kenmerken zoals maatschappelijke betrokkenheid en stressbestendigheid (Gangestad et al. 1992; Stillman en Maner 2009). Deze processen blijken vaak onbewust plaats te vinden zodat mensen meestal niet kunnen zeggen op welke gegevens wij onze voorspellingen baseren. Het moet evenwel worden benadrukt dat mensen er (ten minste in sommige situaties) groot belang bij hebben dat hun attributen of gedragsintenties niet door anderen herkend worden (Frank 1988). Iedereen heeft er belang bij betrouwbaar over te komen zelfs of juist als dit niet het geval is. Wanneer we dit argument generaliseren, dan kunnen we stellen dat er een soort wedloop aan de gang is tussen het belang dat mensen hebben anderen accuraat in te kunnen schatten en het belang zelf niet juist te worden ingeschat. Zo kunnen we voorspellen dat de nauwkeurigheid van het beoordelen van de trekken van de ander negatief gerelateerd is aan de bereidheid van de ander deze attributen te tonen.

11.3.2 ALTRUIÏSME BIJ BLOEDVERWANTSCHAP

Er zijn talrijke voorbeelden van altruïstisch gedrag in het dierenrijk. De meeste mieren planten zich niet voort, maar werken onbaatzuchtig voor hun volk (Wilson 1975). Dolfijnen schijnen hun metgezellen te redden door het doorbijten van harpoenlijnen of hen uit netten te halen waarin ze verzeild zijn geraakt (De Waal 1996). Walvissen gaan tussen de boot van een jager een gewonde metgezel in zwemmen of laten de boot kapseizen. Vogels geven er soms de voorkeur aan zichzelf (tijdelijk) niet voort te planten, maar hun ouders te helpen (Woelfenden 1975). De bioloog Frans de Waal (1996) heeft tal van voorbeelden beschreven van empathische en altruïstische gedragingen bij chimpansees en andere primaten. Zo krijgen gehandicapte apen extra aandacht, tolerantie en zorg van hun groepsleden. Blinde jonge apen worden bijvoorbeeld nooit alleen gelaten en bepaalde groepsleden blijven bij hen wanneer de groep zich verplaatst.

Ruim een eeuw lang hebben evolutionair biologen geworsteld met het raadsel van 'altruïstisch' gedrag bij dieren, vooral wanneer dat hoge kosten voor de altruïst met zich mee brengt. Waarom waarschuwen bijvoorbeeld grondeekhoorns hun soortgenoten door te krijsen terwijl ze zichzelf daarmee in gevaar brengen omdat ze immers zo hun eigen positie verraden? Vanuit traditioneel evolutionair perspectief valt dergelijk gedrag niet te begrijpen, omdat het zelfdestructief is: het

individuele dier brengt zichzelf immers in gevaar of offert zichzelf op, en kan de voortplanting wel vergeten.

Inclusive fitness

Enkele decennia geleden werd een potentiële oplossing voor dit intrigerende probleem aangedragen in de vorm van de *inclusive fitness theory* (Hamilton 1964). De kern van deze theorie wordt gevormd door de aanname dat individuen niet zijn geselecteerd om te overleven, maar om te waarborgen dat hun *genen* succesvol aan de volgende generatie worden doorgegeven. Bepaald gedrag, zoals dat van de grondeekhoorns bijvoorbeeld, lijkt altruïstisch vanuit het perspectief van het individuele dier, maar zou wel eens 'egoïstisch' kunnen zijn vanuit het perspectief van diens genen (Sherman 1977; in zijn latere werk benadrukt Sherman 1985, overigens het individuele genetische belang in plaats van het belang voor verwanten). Veel hulpvaardig gedrag wordt allereerst aan verwanten gegeven.

De *inclusive fitness theory* is ook interessant omdat er verregaande voorspellingen kunnen worden gemaakt over familiërelaties zowel in westerse als in traditionele samenlevingen. Of het nu gaat om bacteriën, wespen of zoogdieren, voor allen lijkt de regel van Hamilton (1964) te gelden, die wordt samengevat in de formule ($r \cdot b > c$). Deze stelt dat genen voor altruïstisch gedrag zullen evolueren als (r), de verwantschap met de ontvanger van de gunst, vermenigvuldigd met (b), het voordeel voor de ontvanger, groter is dan (c), de kosten voor de gever. Er is overweldigend bewijs, dat net zoals bij andere dieren, ook bij de mens de regel van Hamilton opgaat. "Het hemd is nader dan de rok" zoals het Nederlandse gezegde aangeeft en dit wordt bevestigd door verscheidene studies. Als het eropaan komt, delen mensen bijvoorbeeld liever met hun verwanten dan met hun niet-verwanten (Gurven et al. 2002). Een studie van Madsen et al. (2007) toont bijvoorbeeld aan dat individuen bereid zijn om langer pijn te doorstaan voor nauwere verwanten dan voor verdere verwanten. In dit onderzoek werd van proefpersonen verwacht dat zij plaats namen in de 'isometrische skipositie'. De proefpersoon staat met de rug tegen de muur terwijl hij of zij hurkt en de knieën gebogen houdt. Deze positie wordt na verloop van tijd erg pijnlijk, vooral in de bovendijen. De proefpersonen wordt verteld dat hoe langer ze in deze positie staan, des te meer geld er gaat naar een door toeval gekozen 'ander'. Via een loting wordt aangeduid of ze geld verdienen voor zichzelf (verwantschap = 1), een broer, zus of ouder (verwantschap = 0,5), een grootouder, tante, oom, neef, of nicht (kind van een broer of zus; verwantschap = 0,25) en neven en nichten (kinderen van ooms en tantes) (verwantschap = 0,125). Zoals verwacht werd, hielden proefpersonen de pijnlijke positie langer vol naarmate de verwantschap met de ontvanger steeg. De resultaten van dit experimenteel onderzoek komen overeen met die van een survey van economische migranten uit Zuid-Afrika (Bowles en Posel 2005). Deze migranten stuurden meer geld naar nauwe verwanten dan naar minder nauwe verwanten.

Voor het toepassen van de regel van Hamilton laten mensen, net als andere dieren, zich leiden door verscheidene heuristieken om verwanten te herkennen. Deze heuristieken hangen doorgaans erg goed samen met de eigenlijke graad van verwantschap, maar kunnen soms tot inschattingsfouten van verwantschap leiden (Park et al. 2008). Zo misbruiken vogels vaak deze heuristieken voor verwantschapsherkenning door hun eieren onder te brengen in de nesten van anderen (bijvoorbeeld Lopez-Sepulcre en Kokko 2002). Een voorbeeld van een belangrijke vaak gebruikte verwantschapsheuristiek die ook bij de mens erg sterk aanwezig is, is 'nabij zijn': als jij heel erg nabij mij bent en dat reeds gedurende een langere periode, dan zijn we hoogstwaarschijnlijk verwant. Fysieke nabijheid van een andere persoon gedurende de ontwikkeling heeft dan ook een verregaande invloed op de seksuele aversie voor die andere persoon, ongeacht of die persoon daadwerkelijk verwant is (Lieberman et al. 2007). Dit staat bekend als het Westermarck-effect: onverwante individuen die samen opgroeien, behandelen elkaar als broer en zus. Een andere belangrijke heuristiek is fysieke gelijkenis: veel soorten vertrouwen op *phenotype matching*: "als jij uiterlijk (fenotypisch) op mij lijkt, dan is de kans redelijk dat we genen delen". Er is bewijs dat dat ook bij de mens het geval is. In experimenten van Platak et al. (2002) werd aangetoond dat individuen, met name mannen, meer bereid zijn een kind te helpen dat op hen lijkt dan één dat niet op hen lijkt. Dit effect wordt ook gevonden als het om volwassenen gaat, individuen zijn bijvoorbeeld meer geneigd om geld te delen met anderen als ze op hen lijken dan wanneer zij niet op hen lijken (DeBruine 2002). Ook een aantal andere tekenen die niet voorkomen bij dieren, lijken een sterke invloed te hebben op altruïstisch gedrag. Zo lijken individuen meer geneigd om een ander te helpen als deze persoon een gelijkende vingerafdruk of een gelijkende achternaam heeft (bijvoorbeeld Oates en Wilson 2002). Sommigen opperen dat zulke tekens van verwantschap, bijvoorbeeld het delen van bepaalde attitudes, bijna noodzakelijk zijn voor de evolutie van empathie en oprecht altruïsme. Daarnaast zijn er aanwijzingen dat de mechanismen die aan de basis van vriendschap liggen aanleunen tegen die voor verwantschap (Park et al. 2008).

Cruciaal is dat bij de regel van Hamilton geldt '*all else being equal*'. Later zijn er wel nog aanpassingen voorgesteld voor deze regel, met name om het '*all else being equal*'-gedeelte te verfijnen. Zo wijst Hughes (1988) er bijvoorbeeld op dat reproductieve waarde een rol speelt. Neven en nichten hebben weliswaar dezelfde graad van verwantschap als ooms en tantes, maar niet dezelfde kans om nog nakomelingen voort te brengen. Bijgevolg zouden individuen doorgaans meer moeten investeren in neven en nichten dan in ooms en tantes. De regel van Hamilton kan dus uitgebreid worden door rekening te houden met reproductieve waarde: de kans dat een individu nog genetische verwanten voortbrengt (Barrett et al. 2002). Onderzoek lijkt aan te geven dat reproductieve waarde inderdaad van belang is: zo investeren kinderloze individuen meer in verwanten met hoge reproductieve waarde (neven en nichten) dan in verwanten met lage reproductieve waarde

(ooms en tantes, ouders; Pollet en Dunbar 2008). Verder tonen de resultaten van de eerder aangehaalde survey van economische migranten (Bowles en Posel 2005) ook aan dat een model met reproductieve waarde beter het altruïstische gedrag van deze migranten verklaart dan een model dat enkel rekening houdt met de gemiddelde graad van verwantschap.

Gedrag binnen gezinnen

De verwantenselectietheorie levert ook voorspellingen op voor gedrag binnen gezinnen. Deze voorspellingen gaan vaak lijnrecht in tegen die van de traditionele disciplines die gezinnen bestuderen, met name de gezinssociologie. In deze discipline leeft nog altijd het beeld dat nieuw-samengestelde gezinnen gewoon wat harder moeten werken maar dat er in principe geen verschil is tussen nieuw-samengestelde gezinnen en een biologisch intact gezin (bijvoorbeeld Beck en Beck-Gernsheim 1992). Vanuit de verwantenselectietheorie weten we echter dat bloedverwantschap wel degelijk een rol speelt. Baanbrekend onderzoek toonde aan dat kinderen uit nieuw-samengestelde gezinnen significant meer kans hebben om vermoord of misbruikt te worden door een stiefouder, met name een stiefvader, dan door een biologische ouder (Daly en Wilson 1983, maar zie Buller 2005). Dit is nu een klassiek onderzoek en dit effect is nu verscheidene malen gedocumenteerd. Er wordt dan ook gesproken van het Assepoester-effect. Net zoals in het sprookje Assepoester, hebben stiefouders niet altijd het beste voor met hun stiefkinderen (Daly en Wilson 1998). Meer zelfs, stiefkinderen hebben naast kans op moord en misbruik, een grotere kans om accidenteel te overlijden dan kinderen met wie de ouders ten volle verwant zijn (Tooley et al. 2006). Sommigen zullen hier opperen dat dit evolutionaire perspectief stiefouders een argument biedt dat hen zou ontslaan van alle schuld: “my genes made me do it”. Dat is echter geen relevante tegenwerping, want dit wijst op de *naturalistic fallacy* (zie bijvoorbeeld Barrett et al. 2002). Het is niet omdat er een tentatief causaal verband is tussen verwantschap en infanticide, dat dit gedrag daardoor vergoelijkt wordt. Dit ontslaat natuurlijk de onderzoekers binnen de evolutionaire psychologie niet van het kritisch nadenken over de ethische gevolgen van onderzoek. Het onderzoeksdomein lijkt dit te doen door aan te tonen dat zowel ethisch als onethisch gedrag onder de juiste omstandigheden kan evolueren. Als antipode van het Assepoester-effect kan de evolutionaire benadering net zo goed aantonen dat, onder de juiste omstandigheden, zelfs individuen die nauwelijks verwant zijn zorg zullen dragen voor de kleine kinderen van anderen (Emlen 1995; Hrdy 1999).

Naast het Assepoester-effect toont onderzoek de rol van verwantschap aan voor andere gezinsrelaties. Zo blijkt dat in Nederland halfbroers en -zussen minder contact hebben met elkaar dan broers en zussen die volledig verwant zijn (Pollet 2007). Dit effect kon niet worden toegeschreven aan factoren zoals de afstand tussen familieleden, opleiding of familie grootte. Het lijkt verder ook zo dat sociale steun doorgaans minder is in nieuw-samengestelde gezinnen dan in ‘intacte’

gezinnen. Niet-verwante broers en zussen zijn bovendien geneigd niet eens basale informatie over elkaar te hebben (Pollet en Nettle 2009). Uit onderzoek blijkt ook dat ouders meer investeren in geadopteerde kinderen dan in verwante kinderen in een Amerikaanse studie van Gibson (2009). Dit lijkt op het eerste zicht niet in overeenstemming met verwantenselectietheorie. Maar deze bevinding is toe te schrijven aan het feit dat geadopteerde kinderen meer investering nodig hebben dan biologische kinderen. De kans op problemen zoals arrestatie, alcohol- en drugverslaving was groter bij geadopteerde kinderen dan bij biologische kinderen, ook na controle voor potentiële versturende factoren.

11.3.3 WEDERKERIG ALTRUIÏSME

Maar hoe kan men prosociaal en empathisch gedrag verklaren tussen individuen die géén verwantschapsrelatie hebben? Ter verklaring hiervan is de theorie van het *wederkerig altruïsme* ontwikkeld (Trivers 1971), die door Dawkins (1976) is geïllustreerd aan de hand van computersimulaties. Het blijkt dat in een bepaalde populatie diegenen die zich onvoorwaardelijk altruïstisch gedragen ('doetjes') – bijvoorbeeld apen die altijd iedereen vlooien – het onderspit delven ten gunste van parasiterende 'profiteurs', die bijvoorbeeld zichzelf wel te laten vlooien zonder het ooit bij anderen te doen. De computersimulaties van Dawkins (1976) geven aan dat aanvankelijk het aantal profiteurs in de populatie zeer snel toeneemt ten koste van het aantal doetjes. Echter, op de lange duur zijn ook de profiteurs niet succesvol omdat ze geen hulp krijgen van andere parasiterende collega's. Stel, aldus Dawkins (1976), dat er een derde soort op het toneel verschijnt: de 'snuwers'. Zij vlooien uitsluitend vreemden als ook anderen hen eerder hebben gevlood, maar ze snuwen naar profiteurs en vlooien hen in de toekomst ook niet. Volgens Dawkins' computermodel is de strategie van de snuwers het succesvolst, omdat het de profiteurs op den duur uitroeit en leidt tot een evolutionair stabiele toestand. Dergelijke computersimulaties illustreren dat altruïstisch gedrag tegenover andere nietverwante individuen zich kan ontwikkelen en kan worden doorgegeven aan toekomstige generaties (zie ook Axelrod 1984).

Volgens Trivers (1971) zijn er drie voorwaarden waaronder wederkerig altruïsme zich kan ontwikkelen. Ten eerste moet er sprake zijn van een *gunstige kostenbaten-verhouding*. Wanneer het relatief weinig kost om anderen te helpen vergeleken met de opbrengsten die daar later tegenover staan. Toen mannen gezamenlijk op groot wild begonnen te jagen, is er een langdurige selectiedruk geweest in de richting van samenwerken in groepen. Het delen van vlees heeft mogelijk een belangrijke rol gespeeld bij het ontwikkelen van wederkerig altruïsme bij mensen en andere vleesetende sociale dieren zoals chimpansees, wolven en bruine hyena's. Vlees heeft namelijk een drietal kenmerken: (1) het komt in te grote hoeveelheden beschikbaar om onmiddellijk door een enkel dier dat de prooi gevangen heeft te consumeren; (2) het bederft snel; (3) het is onzeker wanneer de

volgende prooi gevangen wordt. Met andere woorden, het kost weinig om de prooi met anderen te delen, want het is toch te veel en bederft snel, en het is bovendien altijd goed om anderen in de buurt te hebben die bij je in het krijt staan en je een deel van hun toekomstige prooi schuldig zijn. Uit observaties blijkt inderdaad dat chimpansees veel makkelijker vlees met anderen delen dan bijvoorbeeld bananen en bladeren, die permanent beschikbaar zijn (De Waal 1996; Barrett et al. 2002). Voedsel delen is echter niet bij vissen aangetroffen, bij wie de prooi klein genoeg is om meteen te verorberen, maar wel bij leeuwen die vaak grote prooien verschalken (Bshary et al. 2007). Tevens is er evidentie dat chimpansees en mogelijk andere mensapen het begrip 'ruil' kennen en allerlei dingen geven in ruil voor voedsel. Overigens is de discussie over de evolutie van jacht bij de mens nog lang niet afgesloten (Hawkes et al. 2002; Patton 2005).

Ten tweede kan wederkerig altruïsme zich alleen ontwikkelen wanneer er ook *voldoende mogelijkheden* zijn tot wederzijdse hulpverlening. Zo dient er een langdurig contact te bestaan tussen de partijen, zodat 'schulden' in de toekomst kunnen worden ingelost. Wederkerig altruïsme zou zich vooral ontwikkeld hebben bij sociale soorten die oud worden, die een lange periode van ouderlijke zorg kennen, die leven in kleine groepen, die van elkaar afhankelijk zijn en die een flexibele dominantie hiërarchie hebben. Dit komt verrassend goed overeen met wat we van onze eigen voorouders weten en met beschrijvingen van hedendaagse jagerverzamelaarculturen zoals de !Kung in subsahara Afrika (Lee 1979).

Tot slot moet het mogelijk zijn om *profiteurs te identificeren en te straffen*. Er moeten zich in de loop van de evolutie mechanismen hebben ontwikkeld die identificatie van profiteurs mogelijk maakt. Individuen die in staat zijn om anderen te herkennen en die zich voorafgaande ontmoetingen kunnen herinneren zijn dus evolutionair in het voordeel. Vervolgens moeten ze profiteurs straffen. Veel dieren hanteren een likopstukstrategie, dat wil zeggen ze stellen zich bij de eerste ontmoeting coöperatief op en doen daarna wat de ander doet: ze belonen coöperatief gedrag en bestraffen oncoöperatief gedrag. Ook is er enig bewijs dat diersoorten die bepaalde zaken met anderen delen in staat zijn om anderen die hun een gunst hebben bewezen en zij die dat niet hebben gedaan van elkaar te onderscheiden. Bijvoorbeeld, een mannelijke chimpansee zal eerder een andere niet-verwante chimpansee in een gevecht helpen wanneer deze hem eerder heeft geholpen (De Waal 2000). Soortgelijke observaties zijn ook bij niet-primaten zoals coati's gedaan (Romero en Aureli 2008). Experimenten bij primaten hebben enige evidentie laten zien dat zij negatief reageren wanneer een soortgenoot meer krijgt dan zij voor dezelfde inspanning, en dan zelfs de beloning weigeren (Brosnan en De Waal 2003; Brosnan et al. 2009, maar zie Silk et al. 2005). Sociale emoties lijken de functie te hebben van het reguleren van de wederzijdse verplichtingen in het sociale ruilverkeer. Bijgevolg zijn er verschillende emoties voor het reguleren van verplichtingen (zoals schuldgevoel, angst voor wraak, schaamte) en

voor het reguleren van tekort gedaan worden (zoals morele verontwaardiging, woede). Bovendien is het adaptief om snel de betrouwbaarheid van anderen te kunnen inschatten – hetgeen in lijn is met wat we hierboven beschreven bij de socialebreinhypothese.

Verstoorde wederkerigheid

Binnen de sociale psychologie werd het belang van reciprociteit in interpersoonlijke relaties voor het eerst aangetoond in een reeks experimenten die in de jaren zestig en zeventig werden verricht. Zo is gebleken dat mensen die een ander geholpen hebben zonder daar een adequate compensatie voor te ontvangen frustratie en woede ervaren. Belangrijker is dat er werd aangetoond dat mensen zich onaangenaam voelen wanneer ze zich in de schuld voelen staan bij anderen en dat mensen die situatie op verschillende manieren zullen proberen te voorkomen of te herstellen. Zo zijn mensen na 'gespiekt' te hebben bereid zichzelf relatief hogere elektrische schokken toe te dienen; waardeert men hulp meer die men kan terugbetalen; worden weldoeners onsympathieker gevonden wanneer ze niets (of te veel) terug willen voor hulp; schildert men iemand die men leed heeft aangedaan negatief af om het eigen gedrag te rechtvaardigen, tenzij de ander in de gelegenheid is wraak te nemen; en is men na een experimenteel apparaat (zogenaamd) beschadigd te hebben meer bereid te voldoen aan een ongerelateerd verzoek van de proefleider (Walster et al. 1978). Dit soort onderzoek wordt tegenwoordig weinig meer gedaan, vooral omdat paradigma's waarin proefpersonen anderen elektrische schokken dienen te geven om ethische redenen niet langer toelaatbaar worden geacht. De afgelopen decennia heeft onderzoek zich met name gericht op hoe bestaande inter-persoonlijke relaties – zoals huwelijksrelaties, vriendschappen en werkrelaties – worden gedomineerd door het principe van de reciprociteit (Buunk en Schaufeli 1999).

De theorie van wederkerig altruïsme impliceert dat goed aangepaste individuen gekenmerkt worden door de wederkerige relaties die ze onderhouden, terwijl mensen met psychische problemen juist moeilijkheden hebben met het aangaan en onderhouden van zulke relaties. Er is inderdaad enig bewijs dat psychiatrische patiënten asymmetrische inter-persoonlijke relaties onderhouden waarin ze niet in staat zijn om iets terug te doen voor de hulp en steun die ze van anderen ontvangen. In hun evolutionaire analyse van psychische stoornissen stellen Glantz en Pearce (1989) dat de meeste problemen waarvoor mensen psychotherapeutisch behandeld worden te maken hebben met *pathologies of reciprocity*: ze zijn niet in staat om hun emotionele rechten en plichten op correcte wijze te wegen. Volgens Glantz en Pearce (1989) bestaan er twee typen gestoorde wederkerigheid, die respectievelijk tot uitdrukking komen in *schuldgevoel* vanwege het feit dat te weinig is gegeven en te veel is ontvangen en *verongelijkheid* (*entitlement*) vanwege het feit dat anderen te weinig hebben gegeven en men de eigen bijdrage aan relaties schromelijk overschat. Het eerste patroon zou kenmerkend zijn voor

mensen met neurotische en depressieve klachten, het tweede voor mensen met een antisociale persoonlijkheidsstoornis. Behalve als een vorm van onaangepastheid zou men antisociaal, en vooral psychopatisch, gedrag ook kunnen zien als een vorm van *frequentie afhankelijke selectie*: in een groep waarin de meeste individuen zich coöperatief gedragen, kunnen enkele (maar niet te veel) individuen erbaat bij hebben middels leugens en bedrog anderen voor zich te winnen. Innemende psychopaten (bijna altijd mannen) kunnen veel succes hebben bij het andere geslacht.

De evolutie van empathie

Afsluitend willen we in navolging van De Waal (1996) betogen dat mensen (en andere dieren) in de loop van de evolutie de beschikking hebben gekregen over het vermogen om lief te hebben, empathie en sympathie te ervaren en spontaan hulp te bieden aan anderen in nood. Dit mechanisme is wellicht in eerste instantie ontstaan vanuit de zorg voor nageslacht en vervolgens in wederkerig altruïsme 'verplaatst' naar volwassen soortgenoten. Een dergelijk soort empathie is intrinsiek met dien verstande dat individuen gewoonlijk niet empathisch reageren vanuit het gevoel onmiddellijk iets terug te willen krijgen. In stabiele coöperatieve relaties, zoals tussen vrienden en verwanten, gedragen mensen zich vaak altruïstisch zonder direct iets terug te verwachten. Sterker nog, ze weigeren vaak iedere vorm van beloning. Zulk gedrag kan echter het overleven bevorderen wanneer het lage directe kosten met zich meebrengt, maar op termijn potentieel hoge baten heeft. Daarbij kan het lijken alsof dieren oprecht altruïstisch gedrag vertonen en andere dieren helpen zonder daar direct iets voor terug te krijgen. Echter, wanneer een dier later, wanneer het zelf in nood verkeert, op 'terugbetaling' van de hulp kan rekenen, kan een kleine hulpsdaad resulteren in grote voordelen voor het overleven en dus uiteindelijk direct in het eigenbelang van het dier zijn. Vanuit dit gezichtspunt verwachten mensen voor hun hulpgedrag, niet altijd bewust, meestal wel toekomstige baten terug, zoals geld, erkenning, dankbaarheid of fysieke hulp. Uit verschillende onderzoeken blijkt inmiddels dat mensen die zich altruïstisch opstellen tegenover anderen, op termijn ook beschikken over een hulpvaardiger sociaal netwerk (zie bijvoorbeeld: Roberts et al. 2008). In eigen onderzoek met Finse collega's bleek zelfs dat bij vrouwen, maar niet bij mannen, het anderen meer helpen dan men zelf geholpen wordt, over een periode van negen jaar leidde tot minder ziekte (Väänänen et al. 2005).

11.4 CONCLUSIE

Is de mens nu 'van nature goed' of 'van nature slecht'? Met die vraag begon dit hoofdstuk. Vanuit evolutionair oogpunt bezien is het antwoord: allebei. Het is onzinnig beide op een dergelijke wijze in oppositie te stellen. Afhankelijk van de omstandigheden kan zowel moreel als immoreel gedrag ontstaan. De competitie om seksuele toegang tot het andere geslacht leidt tot een streven naar macht, geld

en status respectievelijk uiterlijke aantrekkelijkheid, en kan ook leiden tot fysieke agressie. Hoewel dat streven kan leiden tot grootse prestaties en creativiteit, en zelfs tot competitie in altruïsme, zal het in veel gevallen resulteren in egoïstisch gedrag, het benadelen van anderen en in extreme gevallen kan het zelfs leiden tot moord. Het zou absurd zijn dit te ontkennen. Daar staat echter tegenover dat de drang tot reproductie evenzeer kan leiden tot bescherming van verwanten en altruïstisch gedrag. Mensen hebben aanmerkelijk betere overlevingskansen als zij onderdeel vormen van een groep. Genen die samenhangen met empathisch vermogen en sociaal gedrag, hebben dus relatief grote kans om te worden doorgegeven aan volgende generaties. Zodoende heeft de mens in de loop der evolutie een 'sociaal brein' ontwikkeld. Onder de 'juiste' omstandigheden gedraagt de mens zich uitermate vrijgevig en altruïstisch.

BIBLIOGRAFIE

- Ambady, N. en Rosenthal, R. (1992) 'Thin slices of expressive behavior as predictors of interpersonal consequences: A meta-analysis', *Psychological Bulletin*, 111, 256-274.
- Archer, J. (2004) 'Sex differences in aggression in real-world settings: A meta-analytic review', *Review of General Psychology*, 8, 291-322.
- Axelrod (1984) *The evolution of cooperation*, New York: Basic books.
- Baenninger, M.A., Baenninger, R. en Houle, D. (1993) 'Attractiveness, attentiveness, and perceived male shortage: Their influence on perceptions of other females', *Ethology and Sociobiology*, 14, 293-304.
- Bar, M., Neta, M. en Linz, H. (2006) 'Very first impressions', *Emotion*, 6, 269-278.
- Barrett, L., Dunbar, R.I.M. en Lycett, J.E. (2002) *Human evolutionary psychology*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Beck, U. en Beck-Gernsheim, E. (2002) *Individualization: Institutionalized individualism and its social and political consequences*, London: Sage.
- Belsky, J., Steinberg, L. en Draper, P. (1991) 'Childhood experience, interpersonal development, and reproductive strategy: an evolutionary theory of socialization', *Child Development*, 62, 647-670.
- Borgerhoff-Mulder M. (1990) 'Kipsigis women's preferences for wealthy men: evidence for female choice in mammals?', *Behavioral Ecology and Sociobiology*, 27, 255-264.
- Bowles, S. en Posel, D. (2005) 'Genetic Relatedness Predicts South African Migrant Workers' Remittances to Their Families', *Nature*, 434, 380-383.
- Brosnan, S.F., Newton-Fisher, N.E. en Van Vught, M. (2009) 'A melding of the minds: when primatology meets personality and social psychology', *Personality and Social Psychology Review*, 13, 129-147.
- Brosnan, S., de Waal, F. (2003) 'Monkeys Reject Unequal Pay', *Nature* 425: 297-299.
- Brown, D.E. (1991) *Human Universals*, New York, NY: MacGrawHill.
- Bshary, R., Salwiczek, L.H. en Wickler, W. (2007) 'Social cognition in non-primates' in Dunbar, R.I.M. en Barrett, L., (red.) *Oxford Handbook of Evolutionary Psychology* (pp. 83-101), Oxford: Oxford University Press.
- Burbank, V.K. (1987) 'Female aggression in cross-cultural perspective', *Behavior Science Research*, 21, 70-100.
- Buller, D.J. (2005) *Adapting Minds: Evolutionary Psychology and the Persistent Quest for Human Nature*, MIT Press.
- Buss, D.M. (1999) *Evolutionary psychology. The new science of the mind*, Boston: Allyn & Bacon.
- Buunk, A.P. en P. Dijkstra. (1999) 'Sociale psychologie op het scharnierpunt van maatschappijwetenschappen en biologie' in K. Vos en V. Timmerhuis (Red.) *Gedragswetenschappen in context: Essays over beleidsrelevantie en wetenschappelijke uitdagingen*, (pp. 71-92), Den Haag: Sdu.
- Buunk, A.P., Massar, K. en Dijkstra, P. (2007) 'A social cognitive evolutionary approach to jealousy : The automatic evaluation of one's romantic rivals' in Forgas, J., Hasel-

- ton, M., en Von Hippel, W. (red.) *Evolution and the social mind: Evolutionary psychology and social cognition*, (pp. 213-228), New York: Psychology Press.
- Buunk, A.P., Park, J.H., Zurriaga, R., Klavina, L. en Massar, K. (2008) 'Height predicts jealousy differently for men and women', *Evolution and Human Behavior*, 29, 133-139.
- Buunk, A.P. en Schaufeli, W.B. (1999) 'Reciprocity in interpersonal relationships: An evolutionary perspective on its importance for health and well-being', *Europe an review of social psychology*, 10, 259-291.
- Buunk, A.P. en Van Vught, M. (2007) *Applying Social Psychology: From Problems to Solutions*, United States: Sage Publications Ltd.
- Buunk, A.P. en Fisher, M. (2009) 'Individual differences in intrasexual competition', *Journal of Evolutionary Psychology*, 37-48.
- Byrne, R.W. en Whiten, A. (1988) *Machiavellian Intelligence: Social Expertise and the Evolution of Intellect in Monkeys, Apes and Humans*, Oxford: Clarendon Press.
- Campbell, A. (2002) 'A mind of her own: The evolutionary psychology of women', New York: Oxford University Press.
- Campbell, A. (2005) 'Aggression' in D.M. Buss (red.), *The handbook of evolutionary psychology*, (pp. 628-652), Hoboken, NJ: Wiley.
- Campbell, B.C. en Udry, J.R. (1995) 'Stress and age at menarche of mothers and daughters', *Journal of Biosocial Science*, 27, 127-134.
- Chagnon, N. (1992) *Yanomamö: the fierce people*, New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Christensen-Szalanski, J.J. en Willham, C.F. (1991) 'The hindsight bias: A meta-analysis', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 48, 147-168.
- Clayton, N.S., Dally, J.M. en Emery, N.J. (2007) 'Social cognition by food-caching corvids. The western scrub-jay as a natural psychologist', *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 362, 507-522.
- Cosmides, L. en Tooby, J. (1992) 'Cognitive adaptations for social exchange' in J.H. Barkow, L. Cosmides & J. Tooby (red.) *The Adapted Mind: Evolutionary Psychology and the Generation of Culture*, (pp. 163-228), New York: Oxford University Press.
- Cosmides, L. en Tooby, J. (2005) 'Neurocognitive adaptations designed for social exchange' in Buss, D.M. (red.) *Evolutionary Psychology Handbook*, (pp. 584-627), New York: Wiley.
- Chisholm, J.S. (1999) 'Death, hope, and sex: Life-history theory and the development of reproductive strategies', *Current Anthropology*, 34, 1-24.
- Daly, M. en Wilson, M. (1983) 'Sex, Evolution, and Behavior', 2nd Edition, New York: Brooks/Cole.
- Daly, M. en Wilson, M. (1988) *Homicide*, Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.
- Daly, M. en Wilson, M. (1998) *The truth about Cinderella*, London: Weidenfeld & Nicolson.
- Dawkins, R. (1976) *The selfish gene*, Oxford: Oxford University Press.
- Darwin, C. (2002; oorspronkelijke versie 1871) *De afstamming van de mens en selectie in relatie tot sekse*, Amsterdam: Uitgeverij Nieuwerzijds.
- DeBruine, L.M. (2002). 'Facial resemblance enhances trust, *Proceedings of the Royal Society of London. Series B*, 269, 1307-1312.

- DeBruine, L.M. (2004) 'Resemblance to self increases the appeal of child faces to both men and women', *Evolution and Human Behavior*, 25, 142-154.
- Dunbar, R.I.M. (1993) 'Coevolution of neocortical size, group size and language in humans', *Behavioral and Brain Sciences*, 16, 681-735.
- Dunbar, R.I.M. (1996) *Grooming, gossip, and the evolution of language*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Ellingson, T.J. (2001) *The myth of the noble savage*, University of California Press.
- Emlen, S.T. (1995) 'An evolutionary theory of the family', *Proceedings National Academy of Sciences USA*, 92, 8092-8099.
- Fetchenhauer, D. en Buunk, A.P. (2002) 'Irrationale en onbewuste aspecten van gedrag: een evolutionaire benadering', *Nederlands Tijdschrift voor de Psychologie*, 57, 125-144.
- Fieder, M. en Huber, S. (2007) 'The effects of sex and childlessness on the association between status and reproductive output in modern society', *Evolution and Human Behavior*, 28, 392-398.
- Frank, R.H. (1988) *Passion Within Reason. The Strategic Role of the Emotions*, New York: Norton.
- Gallup, G.G., Jr. (1970) 'Chimpanzees: Self-recognition', *Science*, 167, 86-87.
- Gangestad, S., Simpson, J., DiGeronimo, K. en Biek, M. (1992) 'Differential accuracy in person perception across traits: Examination of a functional hypothesis', *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 688-698.
- Gibson, K. (2009) 'Differential parental investment in families with both adopted and genetic children', *Evolution and Human Behavior*, 30, 184-189.
- Glantz, K. en Pearce, J.K. (1989) *Exiles from Eden: Psychotherapy from an evolutionary perspective*, New York, NY: Norton & Co.
- Griskevicius, V., Cialdini, R.B. en Kenrick, D.T. (2006) 'Peacocks, Picasso, and parental Investment: the effects of romantic motives on creativity', *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 163-76.
- Guttentag, M. en Secord, P.F. (1983) *Too many women: The sex ratio question*, Beverly Hills, CA: Sage.
- Gurven, M., Hill, K. en Kaplan, H. (2002) 'From forest to reservation: Transitions in food sharing among the Ache of Paraguay', *Journal of Anthropological Research*, 58, 93-120.
- Hamilton, W.D. (1964) 'The genetical evolution of social behaviour', parts I and II, *Journal of Theoretical Biology*, 7, 1-52.
- Hawkes, K. en Bliege Bird, R.L. (2002) 'Showing off, handicap signaling, and the evolution of men's work', *Evolutionary Anthropology*, 11, 58-67.
- Heilbronn, L.K. en Ravussin, E. (2003) 'Calorie restriction and aging: Review of the literature and implications for studies in humans', *American Journal of Clinical Nutrition*, 78, 361-369.
- Hill, K. en Hurtado K. (1996) *Aché life history*, New York: Aldine de Gruyter.
- Hill, R.A. en Dunbar, R.I.M. (2003) 'Social Network Size in Humans', *Human Nature*, 14, 53-72.
- Hoier, S. (2003) 'Father absence and age at menarche: A test of four evolutionary models', *Human Nature*, 14, 209-233.

- Hopcroft, R.L. (2006) 'Sex, status, and reproductive success in the contemporary united states', *Evolution and Human Behavior*, 27, 104-120.
- Hrdy, S.B. (1999) *Mother Nature*, London: Chatto & Windus.
- Hughes, A.L. (1988) *Evolution and human kinship*, Oxford University Press.
- Johns, S.E. (2004) 'Subjective life expectancy predicts offspring sex in a contemporary British population', *Proceedings of the Royal Society of London, Biological Sciences*, 271, 474-476.
- Kaplan H. en Gangestad, S.W. (2005) 'Life history theory and evolutionary psychology' in Buss, D.M. (red.) *The Handbook of Evolutionary Psychology*, (pp. 68-95) Hoboken, NJ: Wiley
- Kunda, Z. (1999) *Social cognition. Making sense of people*, Cambridge: MIT Press.
- Lieberman, D., Tooby, J. en Cosmides, L. (2007) 'The architecture of human kin detection', *Nature*, 445, 727-31.
- Lopez-Sepulcre, A. en Kokko, H. (2002) 'The role of kin recognition in the evolution of conspecific brood parasitism', *Animal Behaviour*, 64, 215-222.
- Luxen, M.F. en van de Vijver, F.J.R. (2006) 'Facial attractiveness, sex and personnel selection: When evolved preferences matter', *Journal of Organizational Behavior*, 27, 241-255.
- Madsen, E.A., Tunney, R.J., Fieldman, G., Plotkin, H.C., Dunbar, R.I.M., Richardson, J.M., et al. (2007) 'Kinship and altruism: A cross-cultural experimental study', *British Journal of Psychology*, 98, 339-360.
- Miller, G.F. (2000) *The mating mind. How sexual choice shaped the evolution of human nature*, London: Heinemann.
- Nettle, D. en Pollet, T.V. (2008) 'Natural selection on male wealth in humans', *American Naturalist*, 172, 658-666.
- Nettle, D. (2009) 'Beyond nature versus culture: Cultural variation as an evolved characteristic', *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 15, 223-240.
- Oates, K. en Wilson, M. (2002) 'Nominal kinship cues facilitate altruism', *Proceedings of the Royal Society of London, Series B*, 269, 105-109.
- Packer, C. en Pusey, A.E. (1983) 'Adaptations of female lions to infanticide by incoming males', *American Naturalist*, 121, 716-728.
- Park, J.H., Schaller, M. en Van Vught, M. (2008) 'Psychology of human kin recognition: Heuristic cues, erroneous inferences, and their implications', *Review of General Psychology*, 12, 215-235.
- Patton, J.Q. (2005) 'Meat sharing for coalitional support', *Evolution and Human Behavior*, 26, 137-157.
- Pawlowski, B., Dunbar, R.I.M. en Lipowicz, A. (2000) 'Tall men have more reproductive success', *Nature*, 403, 156.
- Pedersen, F.A. (1991) 'Secular trends in human sex ratios: Their influence on individual and family behavior', *Human Nature*, 2, 271-291.
- Pianka, E.R. (1970) 'On 'r' and 'K' selection', *American Naturalist*, 104, 592-97.
- Pinker, S. (2002) *The Blank Slate*, London: Allen Lane.
- Platek, S.M., Burch, R.L., Panyavin, I.S., Wasserman, B.H., en Gallup, G.G., Jr. (2002)

- 'Reactions to children's faces resemblance affects males more than females', *Evolution and Human Behavior*, 23, 159-166.
- Pollet, T.V., Kuppens, T. en Dunbar, R.I.M. (2006) 'When Nieces and Nephews become Important: Differences between Childless Women and Mothers in Relationships with Nieces and Nephews', *Journal of Cultural and Evolutionary Psychology* 4, 83-93.
- Pollet, T.V. (2007) 'Genetic relatedness and sibling relationship characteristics in a modern society', *Evolution and Human Behavior*, 28, 176-185.
- Pollet, T.V. en Dunbar, R.I.M. (2008) 'Childlessness predicts helping of nieces and nephews in United States (1910)', *Journal of Biosocial Science*, 40, 761-770.
- Pollet, T.V. en Nettle, D. (2008) 'Driving a hard bargain: Sex ratio and male marriage success in a historical U.S. population, 1910', *Biology Letters*, 4, 31-33.
- Pollet, T.V. en Nettle, D. (2009) 'Dead or alive? Knowledge about a sibling's death varies by genetic relatedness in a Modern society', *Evolutionary Psychology*, 7, 57-65.
- Preston, S.D. en de Waal, F.B.M. (2002) 'Empathy: its ultimate and proximate bases', *Behavioral and Brain Sciences*, 25, 1-72.
- Prior, H., Schwarz, A. en Güntürkün, O. (2008) 'Mirror-induced behavior in the magpie (*Pica pica*): evidence of selfrecognition', *PLoS Biology*, 6, e202.
- Roberts, G. (1998) 'Competitive altruism: from reciprocity to the handicap principle', *Proceedings of the Royal Society of London, Series B*, 265, 427-431.
- Roberts, S., Wilson, R., Fedurek, P. en Dunbar, R.I.M. (2008) 'Individual differences and personal social network size and structure', *Personality and Individual Differences*, 44, 954-964.
- Roff, D.A. (1992) *The Evolution of Life Histories*, London: Chapman and Hall.
- Sherman, P.W. (1977) 'Nepotism and the evolution of alarm calls', *Science*, 197, 1246-1253.
- Sidanius, J. en Pratto, F. (1999) *Social Dominance*, New York: Cambridge University Press.
- Silk, J.B., Brosnan, S.F., Vonk, J., Henrich, J., Povinelli, D., Richardson, L., Susan, A., Mascaró, J. en Shapiro, S. (2005) 'Chimpanzees are indifferent to the welfare of unrelated group members', *Nature* 437: 1357-1359.
- Spoor, J.R. en Williams, K.D. (2007) 'The evolution of an ostracism detection system' in Forgas, J., Haselton, M. en Von Hippel, W. (red.) *Evolution and the social mind: Evolutionary psychology and social cognition*, (pp. 279-293), New York: Psychology Press.
- Stearns, S.C. (1992) *The evolution of life histories*, Oxford: Oxford University Press.
- Stillman, T., Maner, J. (2009) 'A sharp eye for her SOI: perception and misperception of female sociosexuality at zero acquaintance', *Evolution and Human Behavior*, 30, 124-130.
- Tinbergen, N. (1963) 'On aims and methods in Ethology', *Z. Tierpsychol.*, 20, 410-433.
- Tooley, G.A., Karakis, M., Stokes, M. en Ozanne-Smith, J. (2006) 'Generalising the Cinderella Effect to unintentional childhood fatalities', *Evolution and Human Behavior*, 27, 224-230.
- Trivers, R. (1971) 'The evolution of reciprocal altruism', *Quarterly Review of Biology*, 46, 35-57.

- Väänänen, A., Buunk, B.P., Kivimäki, M., Pentti, J. en Vahtera, J. (2005) 'When it is better to give than to receive: A 9-year prospective study on the effects of reciprocity in support exchange on health and sickness', *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 176-193.
- Voland, E. (1990) 'Differential reproductive success within the Krummhorn population (Germany, 18th and 19th centuries)', *Behavioral Ecology Sociobiology*, 26, 65-72.
- Vugt, M. van, Roberts, G. en Hardy, C. (2007) 'Competitive altruism: Reputation based cooperation in groups' in R. Dunbar en L. Barrett, *Handbook of Evolutionary Psychology* (pp. 531-540), Oxford: Oxford University Press.
- Waal, F.B.M. de (1996) *Good natured: The origins of right and wrong in humans and other animals*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Walster, E., Walster, G.W. en Berscheid, E. (1978) *Equity: Theory and research*, Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Wilson, E.O. (1975) *Sociobiology: The new synthesis*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Woolfenden, G.E. (1975) 'Florida scrub jay helpers at the nest', *Auk*, 92, 1-15.
- Wrangham, R.W. en Peterson, D. (1996) *Demonic males*, Boston: Houghton Mifflin.

12 MOREEL HANDELEN. OORZAKEN, SPROOKJES EN REDENEN

Maureen Sie

Thaler en Sunstein openen hun bestseller *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness* met een anekdote over Caroline, directeur van een distributiebedrijf dat honderden schoolkantines in het hele land van levensmiddelen voorziet. Caroline en een vriend, de management consultant Adam, voeren een reeks experimenten uit in deze kantines zonder verandering van de inhoud van het assortiment. Ze vermoeden dat de manier waarop het voedsel aan de kinderen aangeboden wordt een enorm verschil zal maken in wat er wordt gegeten. Ze blijven gelijk te hebben. Dit opent aanzienlijke mogelijkheden om invloed uit te oefenen op wat de kinderen eten, maar ook op bijvoorbeeld welke producten verkocht zullen worden en de hoeveelheid winst. Thaler en Sunstein noemen vijf opties die Caroline en Adam als leidraad zouden kunnen nemen voor een herinrichting van de kantine:

1. Rangschik het voedsel op een wijze die de scholieren, alles in aanmerking genomen, het meest ten goede komt.
 2. Kies voor een willekeurige rangschikking.
 3. Probeer het voedsel zo neer te zetten, dat de kinderen kiezen wat ze ook zonder manipulatie uitgekozen zouden hebben.
 4. Maximaliseer de verkoop van die producten waarvan de aanbieders bereid zijn de grootste steekpenningen te bieden.
 5. Maximaliseer de winst.
- (vertaald uit: Thaler en Sunstein 2008)

Met het inventariseren, afwegen en bespreken van deze opties begeven Caroline en Adam zich op moreel terrein. Ze moeten het belang wegen van verschillende en ongelijksoortige waardevolle zaken (winst, gezondheid, autonomie) en beslissen wat ze belangrijker vinden (overstijgt gezondheid absolute keuzevrijheid? Is minimale bemoeienis uiteindelijk het meest bevorderlijk voor ons welzijn?). Thaler en Sunstein noemen een aantal van deze overwegingen, maar interessant is dat ze optie 4 onmiddellijk verwerpen omdat het een overweging is die alleen ‘de moreel corrupte persoon aanspreekt’. Daarmee lijken ze te suggereren dat morele overwegingen een wezelijk andere status hebben dan de andere overwegingen die ze noemen. De vraag die centraal staat in dit artikel is of dat het geval is. Zijn de morele keuzes die we maken net zo manipuleerbaar als de keuzes die de kinderen maken voor hun voedsel? Zijn er ook in het morele domein allerlei niet-rationele zaken die ons vergaand beïnvloeden?

Dit laatste is precies wat enkele recente onderzoeken uit de morele psychologie en het vakgebied dat ik zal samenvoegen onder de noemer 'empirische ethiek' suggereren: morele oordelen kunnen sterk beïnvloed worden door allerlei externe factoren die niets met moraliteit te maken hebben. Onze morele afkeuring voor bepaald gedrag bijvoorbeeld blijkt beïnvloedbaar door de rommel en viezigheid op ons bureau. Dit roept interessante vragen op. Betekent dit dat we onszelf niet langer serieus moeten nemen als moreel autonome wezens, vrij in onze keuzes en handelingen en moreel verantwoordelijk voor de gevolgen die eruit voortvloeien? Kunnen politici en beleidsmakers in de toekomst beter te rade gaan bij de gedrags-, cognitie- en neurowetenschappers dan bij 'het volk'? De wetenschap – laat me het voor de duidelijkheid wat stellig brengen – heeft immers beter zicht op wat onze blinde vlekken zijn en welke niet-rationale factoren ons keuzegedrag beïnvloeden. Dit boek geeft hiervan vele voorbeelden. Zo kunnen *cues* uit de omgeving overlast verminderen (zie hoofdstuk 8) en kunnen we door een bepaalde presentatie van de keuzemogelijkheden iemands gezondheid of financiële situatie vooruit helpen (zie hoofdstuk 3 en Thaler en Sunstein 2009).

Een dergelijke conclusie lijkt bizar, maar wat kunnen we ertegenin brengen als zelfs ons vermogen morele oordelen te vellen niet langer betrouwbaar blijkt te zijn? Wat blijft er van onze autonomie over, als zelfs deze 'kernkwaliteit van onze ziel' moet worden gereduceerd tot 'een functie van ons brein,' zoals Joshua Greene opmerkt in het verlengde van Tom Wolfes opzienbarende artikel '*Sorry, But Your Soul just Died*' (Wolfe 1996; Greene, te verschijnen)?¹

In dit hoofdstuk laat ik zien wat we er tegen in kunnen brengen. De centrale vraag die ik bespreek, is of wij nog kunnen vertrouwen op de redenen die wij zelf menen te hebben voor ons handelen en die wij, desgevraagd, aandragen om dat handelen te verklaren of te rechtvaardigen. Als onze redenen onze handelingen veroorzaken, dan is er geen aanleiding daaraan te twijfelen. Echter, de indruk ontstaat dat de recente ontwikkelingen in de gedrags-, cognitie- en neurowetenschappen (hierna: de GCN-wetenschappen) laten zien dat een dergelijk causaal verband tussen onze redenen en het daaropvolgende gedrag niet bestaat. De bevindingen uit deze wetenschappen suggereren dat onze handelingen (en oordelen) in feite worden veroorzaakt door allerlei onbewuste processen waarvan we geen weet hebben en *niet* door de redenen die we daarvoor zelf geven.

Dit is verontrustend. Ten eerste is het een zeer onprettig idee dat ons gedrag in feite bepaald wordt door onbewuste, dan wel onkenbare processen. Het roept de vraag op wat concepten als 'autonomie' en 'vrije wil' nog betekenen. En bestaat er dan nog wel zoiets als moraliteit? Ten tweede roept het de vraag op wat het betekent voor het idee van de samenleving. Democratie is gebaseerd op het idee dat mensen zelf het beste weten wat ze vinden en willen, en uit vrije wil hun toekomst kunnen kiezen. Maar wat blijft er nog over als, zoals blijkt uit het GCN-

onderzoek, wij onze werkelijke beweegredenen niet kennen? En als die wetenschappers met hun moderne onderzoeksmethoden en meettechnieken wél in staat zijn om de werkelijke oorzaken van gedrag bloot te leggen en te doorgronden, en met die kennis mogelijk zelfs gedrag kunnen manipuleren, ontstaat dan geen gevaarlijk perspectief? Een perspectief waarin keuzearchitecten een enorme invloed toekomt.

De conclusie die ik zal verdedigen, is dat de GCN-wetenschappen duidelijk maken dat oorzaak en reden niet samenvallen. Ook tonen zij aan dat onze kennis over onze beweegredenen indirect en speculatief is. Dat wil zeggen, wij zijn geen open boek voor onszelf als het op de redenen van ons handelen aankomt. Wij zijn actor-intransparant (zie Sie 2009). Dat wil echter niet zeggen dat wij totaal geen idee hebben waarom we doen wat we doen en evenmin dat wij nooit op basis van redenen kunnen handelen. Het wil slechts zeggen dat de relatie tussen onze redenen en ons gedrag versluierd is.

Dit hoofdstuk zit als volgt in elkaar. In het eerste deel leg ik verder uit waarom de GCN-wetenschappen het idee ondergraven dat mensen volgens zelfgekozen redenen handelen. Ik verbind deze claim met het hedendaagse onderzoek in de morele psychologie en empirische ethiek naar ons moreel oordeelsvermogen. Mijn voornaamste stelling in deze paragraaf is dat er een spanning bestaat tussen de oorzaken van ons gedrag aangedragen door wetenschappelijk onderzoek enerzijds, en de (morele) redenen die we in het dagelijkse leven aandragen (en van elkaar vragen) om ons gedrag uit te leggen en te rechtvaardigen anderzijds. In het tweede en derde deel schets ik hoe we het onderscheid tussen redenen en oorzaken kunnen begrijpen op een wijze die recht doet aan onze aard als morele wezens, zonder iets af te dingen op de verontrustende, vernieuwende en fascinerende uitdaging van de GCN-wetenschappen.

12.1 ZELFBEELD VERSUS WETENSCHAP

De vraag hoe concepten als ‘autonomie’, de ‘vrije wil’, ‘verantwoordelijkheid’ en ‘moraliteit’ moeten worden verenigd met het wetenschappelijke beeld van de wereld, is al eeuwen een centraal onderwerp in de filosofie. Veel GCN-wetenschappers hebben zich de laatste tijd in deze debatten gemengd (Libet, Gleason et al. 1983; Libet, Freeman et al. 1999; Wegner 2002; Gazzaniga 2005). Zij stellen dat de concepten inderdaad hoogst problematisch zijn.² Niet vanuit een waargenomen conceptueel spanningsveld,³ maar vanuit een grote hoeveelheid wetenschappelijke experimenten die de processen en oorzaken van hele specifieke handelingen, keuzes en oordelen adequaat in kaart lijken te brengen. Deze processen en oorzaken lijken zich te onttrekken aan onze zogenaamde bewuste controle en conflicteren daardoor, aldus de wetenschappers, met ons alledaagse begrip van onszelf en onze handelingen. Twee voorbeelden die al in eerdere hoofdstukken van dit boek

aan bod zijn gekomen: het voorbeeld van het doorslaggevende belang van *framing* en de zogenaamde voorwaardelijkheid van de doeltreffendheid van normen.

Stel dat we onze voorkeur voor bijvoorbeeld een bepaald woordenboek moeten verdedigen. Dat zullen we doorgaans doen door overwegingen op te noemen zoals: het woordenboek ziet er goed uit, het is niet duur, er zijn voldoende woorden in opgenomen, enzovoort. Deze overwegingen kunnen we ‘redenen’ noemen. Met zulke redenen rechtvaardigen we onze keus om bijvoorbeeld 10 euro voor zo’n woordenboek neer te tellen. Echter, zoals hoofdstuk 2 beschrijft, is de waarde die we toekennen aan bijvoorbeeld woordenboeken sterk gerelateerd aan hoe de keuze ons gepresenteerd wordt: dat wil zeggen, elk woordenboek afzonderlijk of in vergelijking met elkaar.

De manier waarop we opties aangeboden krijgen (de *framing* van opties) is van cruciaal belang voor welke opties ons aantrekkelijk voorkomen, maar we zullen deze *framing* niet snel aanhalen en waarschijnlijk evenmin accepteren als een goede reden voor onze keus. Sterker nog, we zijn ons niet bewust van de invloed die *framing* uitoefent op onze keuze.

Het tweede voorbeeld betreft het in hoofdstuk 8 besproken *cross-norm-inhibition*-effect. Een groot deel van de redenen die we aanhalen om onze keuzes en gedrag te legitimeren en het gedrag van anderen ter sprake te brengen, komt uit het morele domein. Het idee van onvoorwaardelijkheid speelt bij dergelijke rechtvaardigingen en evaluaties een belangrijke rol. Wanneer we zeggen dat “stelen slecht is”, bedoelen we daarmee uitdrukkelijk niet: “tenzij het aantrekkelijk wordt”, “tenzij de gelegenheid zich voordoet”, “tenzij anderen het ook doen”. Morele voorschriften volg je niet slechts op als het uitkomt, als je daar zin in hebt of als anderen het doen; morele voorschriften gelden in principe onvoorwaardelijk.⁴ Normen verliezen echter hun doeltreffendheid in omstandigheden of situaties die ofwel de overschrijding van andere normen communiceren, dan wel communiceren dat deze normen bij voortduren worden overschreden door anderen (zie hoofdstuk 7 en 8). De stelligheid waarmee we normatieve uitspraken doen over onszelf (“ik zou nooit stelen”) en de veroordelingen van anderen (“zoiets zou ik nooit doen”) moeten we, blijkens het door genoemde auteurs beschreven onderzoek, met een fikse korrel zout nemen.

Deze voorbeelden maken één ding duidelijk. De manier waarop we onszelf zien en over onszelf praten vanuit het morele en alledaagse gezichtspunt staat op gespannen voet met gedragswetenschappelijke inzichten. We geloven dat onze keuzes gemaakt worden op grond van overwegingen die relevant zijn voor die dingen waarover we op dat moment beslissen. Daarmee zien we zogenaamde situationele invloeden over het hoofd, invloeden die niet van belang lijken voor de keuze of het gedrag in kwestie. Anders gezegd, we gaan doorgaans uit van een nauwe koppe-

ling tussen de redenen die we zelf voor ons gedrag kunnen (en desgevraagd zullen) aandragen en ons keuzegedrag. De meeste mensen die voor het eerst kennisnemen van de invloeden op ons keuzegedrag die door gedragswetenschappelijk onderzoek aan het licht worden gebracht, zijn dan ook flink verrast. Wij ontberen in dit opzicht onmiddellijke en directe toegang tot het gehele scala van onze beweegredenen, een verschijnsel waarnaar ik in de inleiding verwees met de term ‘actor-intransparantie’.

Experimenteren met moraal

Gedragswetenschappers zijn de laatste jaren in toenemende mate gaan speculeren over cruciale filosofische begrippen, maar ook filosofen zijn zich in toenemende mate gaan richten op de GCN-wetenschappen. De methoden uit de GCN-wetenschappen hebben zo hun weg gevonden naar de filosofie. Ze worden ingezet om normatieve en meta-ethische vragen te beantwoorden of te verhelderen. Voorbeelden van deze praktijk zijn het interviewen van mensen over hun intuïties ten aanzien van de vrije wil en verantwoordelijkheid (zie Nahmias 2005; Nichols 2007; Roskies, te verschijnen), het monitoren van ons brein terwijl we morele dilemma’s beoordelen en het observeren van variaties in onze morele oordelen die veroorzaakt worden door ‘externe’ omstandigheden. De resultaten van deze kruisbestuiving zijn omvangrijk en bieden veel inzicht in onze status als morele wezens. We bespreken twee nauw verbonden onderzoeksclusters die de geloofwaardigheid en betrouwbaarheid van onze morele oordelen en rechtvaardigingen ter discussie stellen. Tot slot presenteren we ook een empirisch onderzoekscluster dat gebaseerd is op een inmiddels klassiek ethisch probleem: het tram-dilemma.

Onderbuikgevoelens, walging en moreel oordelen

Het eerste cluster experimenteel werk laat zien dat ons moreel oordeel over cases die bepaalde handelingen, keuzes of gedrag beschrijven, manipuleerbaar zijn door zogenaamde moreel irrelevante eigenschappen te variëren: bijvoorbeeld de *termen* waarin de casus beschreven wordt, de *situatie* voorafgaand aan ons oordeel of de *omgeving* waarin we ons bevinden op het moment van dat oordeel. De opdracht in deze experimenten is een oordeel te vellen over een casus op een schaal van 1-7, lopend van ‘extreem immoreel’ (1) of ‘helemaal in orde’ (7; of op een schaal lopend van ‘helemaal in orde’ tot ‘helemaal fout’). Twee voorbeelden van zo’n casus zijn:

“Hoe moreel of immoreel vindt u persoonlijk vrijwillige seks tussen nicht en neef?”

“James gaat naar zijn werk en vraagt zich af of hij de 2,5 kilometer zal lopen of dat hij met de auto zal gaan. Hij is in een luie bui en besluit de auto te nemen. Hoe moreel of immoreel vindt u persoonlijk de beslissing van James?”

(vertaald uit Schnall, Haidt et al. 2008)

Wat blijkt? Mensen die deze cases vanachter een smerig en rommelig bureau beoordelen, oordelen aanzienlijk strenger dan mensen die dat doen vanachter een schoon en opgeruimd bureau; mensen die voorafgaand aan het experiment hun handen niet gewassen hebben, oordelen strenger dan mensen die dat wel gedaan hebben; mensen die gehypnotiseerd zijn om met afkeer op het woord 'vaak' te reageren, oordelen strenger wanneer het woord 'vaak' veelvuldig voorkomt in de casus dan wanneer dit niet het geval is, enzovoort.

Aan dit cluster van experimenten liggen twee hypothesen ten grondslag. De eerste is dat het oordeel van mensen niet het resultaat is van een voorafgaand deliberatief proces, maar uitdrukking van een *gut* reactie (een onderbuikgevoel), een direct en sterk gevoel met een emotionele basis. De tweede hypothese is dat zulke onderbuikreacties in gang gezet kunnen worden door gevoelens van afkeer en walging op te wekken, bijvoorbeeld door triviale omstandigheden te manipuleren (de toestand van onze omgeving, handelingen als het wassen van onze handen, enzovoort).

De resultaten van de experimenten bevestigen deze hypothesen. Dit is fascinerend en verontrustend. Het laat zien dat niet-morele eigenschappen van situaties en omstandigheden van grote invloed zijn op ons morele oordeel. Daarmee dringt de vraag zich op hoe betrouwbaar onze alledaagse morele oordelen zijn, zeker als een dergelijke beïnvloeding in een relatief eenvoudige proefopstelling al zulke effecten heeft. Alledaagse morele oordelen moeten we immers doorgaans vellen onder tijdsdruk en in onoverzichtelijke en complexe situaties. Worden deze oordelen ook verregaand beïnvloed, of zelfs bepaald, door oorzaken die eigenlijk, moreel gesproken, er helemaal niet toe doen? Daarnaast lijkt het gebrek aan actor-transparantie ook hier zonneklaar. In een ander experiment werd er gemanipuleerd met geur – een doordringende stank, om precies te zijn. Geur, vooral stank, is een opvallend en in het oog (de neus) springend aspect van een situatie. Slechts twee van de veertig deelnemers rapporteerden echter dat zij geloofden dat hun morele oordeel beïnvloed was door de stank tijdens hun beoordeling van de casus (Schnall, Haidt et al. 2008: 1099). Bovendien, mocht ons verteld worden dat ons morele oordeel over een bepaalde kwestie aantoonbaar mede veroorzaakt is door omstandigheden zoals de geur of de toestand van ons bureau, dan zouden we geneigd zijn ons oordeel te heroverwegen. Dat soort van omstandigheden zijn immers geen enkele reden om de beslissing van James om de auto te nemen of vrijwillige seks tussen nicht en neef, in sterkere mate moreel te veroordelen!

Het verontrustende en zorgwekkende aspect van dit eerste cluster experimenten laat zich het beste begrijpen in het licht van een nieuw paradigma dat uit de recente ontwikkelingen in de GCN-wetenschappen naar voren komt. Volgens dit paradigma moeten we het idee van onszelf als door en door reflectieve en bewust controlerende wezens laten varen en onder ogen zien dat het meeste van wat we

doen (inclusief onze oordelen en keuzes) zich automatisch en onbewust voltrekt op een niveau dat zich onttrekt aan onze bewuste sturing (Bargh en Chartrand 1999).⁵ Ten gevolge hiervan zijn we gemakkelijk te beïnvloeden en manipuleren, zonder ons daarvan bewust te zijn. Dit nadeel heeft ook een voordeel: dergelijke automatische en onbewuste processen stellen ons in staat moeiteloos te functioneren in een complexe en ingewikkelde wereld. Daarom wordt het paradigma waarmee de recente ontwikkelingen in de GCN-wetenschappen kunnen worden samengevat, in eigen land, ook wel het paradigma van het 'slimme onbewuste' genoemd (Dijksterhuis 2007). Of, in onderscheid van het freudiaanse onbewuste, het 'adaptief onbewuste' of het 'nieuwe onbewuste' (Wilson 2002). Anders dan het freudiaanse onbewuste toont het nieuwe onbewuste zich niet slechts zo nu en dan in versprekingen, maar reguleert het onze dagelijkse interactie met elkaar en de wereld diepgaand op een adaptieve en efficiënte manier.

Wat bovenstaande experimenten uit de morele psychologie, tot onze grote schrik, laten zien is dat zelfs wanneer we ruim de tijd hebben om na te denken en er geen omstandigheden zijn die ertoe leiden dat we ons wel moeten verlaten op ons adaptief onbewuste, onze oordelen nog steeds verregaand beïnvloed worden door dit automatische en onbewust functionerende systeem. En dat zónder dat wij er ons van bewust zijn. Dit brengt ons op het tweede cluster experimenten, nauw verbonden met het hierboven besproken cluster.

Met stomheid geslagen

Het tweede cluster richt zich op de redenen die we aandragen ter rechtvaardiging van onze morele oordelen, zelfs wanneer deze geen rol van betekenis lijken te spelen.⁶ Het fenomeen dat blootgelegd wordt door deze experimenten wordt *moral dumbfounding* (morele verstomming) genoemd (Murphy 2000). Bij deze experimenten wordt mensen eveneens gevraagd moreel te oordelen over een casus. Deze casus wordt doelbewust zodanig geformuleerd dat de gebruikelijke gronden die voor een morele afkeuring of veroordeling zouden kunnen worden aangevoerd, niet opgaan. De beruchtste casus beschrijft een broer en een zus die op geheel vrijwillige basis eenmalig seks hebben, waarbij beiden genieten van de ervaring. Ze gebruiken anticonceptiemiddelen en houden hun seksuele ontmoeting strikt geheim om geen aanstoot te geven of anderen te kwetsen. Maar liefst 80 procent van de deelnemers (Amerikaanse studenten) aan dit experiment veroordeelde het gedrag van de broer en zus als moreel onjuist. Toen aan hen gevraagd werd hun morele veroordeling te rechtvaardigen, weerlegde de ondervrager elke reden die gegeven werd: bijvoorbeeld, de mogelijkheid van gehandicapte kinderen (er werden anticonceptiemiddelen gebruikt), een mogelijk trauma voor een van hen (hiervan was geen sprake), het aanstootgevende effect (ze hielden hun seksuele ontmoeting strikt geheim), enzovoort. Hoewel de meeste deelnemers de tegenargumenten accepteerden, was slechts 17 procent van hen bereid het oorspronkelijk ingenomen morele oordeel te wijzigen. Eenzelfde patroon van

reacties en antwoorden werd gevonden met betrekking tot andere cases, waaronder bijvoorbeeld een casus die het opeten beschreef van een weggegooid deel van een menselijk kadaver (ter beschikking gesteld aan de medische wetenschap; Murphy 2000; Prinz 2007: 30).

Hierbij moet worden aangetekend dat rechtvaardigingen uiteraard ergens ophouden. Wat voor een diepere redenen dan afkeer zouden we moeten aandragen voor het veroordelen van bijvoorbeeld 'het onnodig pijn doen van een baby' (Prinz 2007: 30)? De incestcasus en veel van de andere onderzochte cases lijken echter van een andere orde. Hier lijken 'verdere' redenen er toch toe te doen. Als we geen reden kunnen verzinnen voor onze morele afkeuring, zijn we dan niet moreel verplicht om ons oorspronkelijk oordeel te veranderen? Vragen en verwachten we een dergelijke houding niet ook van elkaar?⁷ We discussiëren immers uitgebreid met elkaar over moreel lastige dilemma's en nemen daarbij elkaars argumenten heel serieus.

Volgens Jonathan Haidt en zijn medeonderzoekers werpt het *dumbfounding* materiaal nieuw licht op de oorsprong van onze morele oordelen en op de (geringe) rol die redenen en redengevende processen hierin spelen. Overeenkomstig het paradigma van het adaptief onbewuste, ontwikkelt en verdedigt Haidt een Sociaal Intuitionistische Model (hierna: SIM) van morele oordelen. Volgens dit model bepalen onze onderbuikgevoelens onze morele oordelen en zijn de redenen die we geven ter rechtvaardiging van deze oordelen verzinsels – confabulaties genoemd – die bedacht zijn nadat we ons oordeel al bepaald hebben.

Natuurlijk ontkent Haidt niet dat we in het dagelijks leven vaak nadenken en redeneren over moraal. Wat we volgens hem dan echter aan het doen zijn, is zoeken naar wat onze onmiddellijke morele intuïties rechtvaardigt (Haidt 2001; Greene en Haidt 2002: 517). De redenen waarmee we komen, onze confabulaties, dienen vooral een sociaal doel. We gebruiken ze om elkaar te beïnvloeden en overeenstemming te bereiken. Deze redenen zijn echter geen overwegingen die voorafgaan aan onze oordelen en de basis vormen op grond waarvan we oordelen.⁸ In de volgende paragraaf gaan we hier verder op in. Eerst introduceren we nog een derde en laatste cluster van experimenten. Deze experimenten hebben ook onze morele oordelen tot onderwerp, deze keer met betrekking tot de beroemde of beruchte tram-dilemma's, onderwerp van veel ethische discussies van de afgelopen decennia.⁹

Het tram-dilemma

Allereerst een schets van de twee basisversies van deze casus. In beide versies raast een tram af op vijf personen die op het spoor zijn vastgebonden. Ze kunnen niet weg. De tram zal alle vijf personen doden tenzij deze tot stilstand komt of op een zijspoor wordt gebracht. In de ene versie van de casus (de wisselvariant) kan de

tram op een zijspoor worden gebracht door een wissel om te zetten. Echter, op dit zijspoor is één ander persoon vastgebonden die zeker zal worden gedood door de tram. In tweede casus (de loopbrugvariant) is geen wissel aanwezig. De tram kan worden gestopt door een man met een zware rugzak vanaf een loopbrug op de rails te duwen. Zijn gewicht is voldoende om de tram te stoppen. De vijf vastgebonden personen zullen daarmee gered worden, maar de man met rugzak zal om het leven komen. In beide cases is er absoluut geen ander middel beschikbaar om de vijf mensen te redden (Greene, Sommerville et al. 2001).¹⁰

Wanneer mensen gevraagd wordt over morele toelaatbaarheid van deze cases te oordelen, oordelen de meeste mensen in minder dan een seconde dat het doden moreel toegestaan is in de eerste wisselcasus (81 procent) en niet in de tweede loopbrugcasus (79 procent).¹¹ Dat scherpe contrast in intuïtie over beide cases en de mogelijke rechtvaardiging ervan, staat centraal in de filosofische discussies erover.

Aangezien de meeste mensen snel en onmiddellijk op deze cases reageren, zijn ze ook zeer geschikt onderwerp van de experimentele ethiek, in dit geval de neuroethiek. Inmiddels zijn dan ook de hersenen van honderden subjecten aan de monitor gelegd om te zien wat er zich precies in ons brein voltrekt wanneer we over de (on)aanvaardbaarheid oordelen van de beschreven dilemma's. Een van de belangrijke uitkomsten van dit onderzoek is dat de gebieden die traditioneel met onze emoties geassocieerd worden, geactiveerd worden wanneer wij ons over de tramcasus buigen. We zien een aanzienlijke activering van de 'emotie'-gebieden in de loopbrugcasus en, zij het in een veel geringere mate, in de wisselcasus. In de wisselcasus tonen de experimenten ook een aanzienlijke activering van het gebied dat met ons werkgeheugen te maken heeft. Een activering van dat gebied kan een indicatie zijn van het zich voltrekken van rationele processen (Greene, Sommerville et al. 2001).

Diegenen die de experimenten ontwikkelden en uitvoerden, interpreteren de uitkomsten als een ondersteuning voor het zogenaamd duaal procesmodel van ethisch redeneren. Volgens een dergelijk model zijn zowel koele rationele processen als ook emotionele processen betrokken bij onze morele oordelen. Deze processen kunnen los van elkaar in gang gezet worden en soms conflicteren. Op grond van een dergelijk begrip van ethisch redeneren kunnen we de verschillende intuïties in de loopbrugcasus en de wisselcasus bijvoorbeeld als volgt uitleggen. In de loopbrugcasus hebben we een sterke, directe en emotionele reactie (op het idee iemand te doden), wat leidt tot het oordeel dat de handeling ontoelaatbaar is (althans voor 81 procent van de mensen). In de wisselcasus hebben we ook een emotionele reactie (op het idee iemands dood te veroorzaken), maar aangezien deze emotionele reactie veel zwakker is, is er ook ruimte voor rationele processen. Door deze rationele processen kunnen we beredeneren dat de actie toegestaan is

omdat, over het geheel gezien, het redden van vijf levens opweegt tegen het verlies van één (79 procent). Als deze interpretatie juist is, dan zouden we een belangrijke blinde vlek of zwakte op het spoor kunnen zijn van ons vermogen morele informatie te verwerken. Moreel gesproken is het resultaat van de twee dilemma's hetzelfde, dat wil zeggen: één persoon sterft, vijf anderen worden gered. Echter, aangezien we emotionele wezens zijn, vereist het verkrijgen van het moreel optimale oordeel een juiste *framing* van het dilemma.

Helaas zijn zulke eenduidige resultaten vooralsnog niet te verwachten. Ten eerste is de hierboven geschetste 'duaal procesmodelinterpretatie' van hersenscans geenszins boven twijfel verheven. De scans zouden kunnen duiden op de aanwezigheid van emotionele processen die, al dan niet, getemperd worden door rationele, zoals het 'duaal procesmodel' van moreel oordelen suggereert. De scans kunnen echter ook heel goed geïnterpreteerd worden binnen een visie die moreel oordelen als een *uitsluitend* emotioneel proces begrijpt. In beide cases spelen immers *verschillende* morele oordelen een rol. In de loopbrugcasus "het is slecht te doden" en in de wisselcasus "het is goed levens te redden". Het lijkt zeer waarschijnlijk dat deze oordelen *andersoortige* emoties teweeg zou kunnen brengen in plaats van slechts 'zwakkere' emoties (vergelijk J. Prinz 2007, par. 1.2.2.). Ten tweede moeten we ons realiseren dat het concept van een 'moreel wenselijk resultaat' hier uiterst problematisch is. Het idee dat alleen de gevolgen van een handeling moreel ter zake doen (in dit geval dat één persoon sterft en vijf worden gered) is uiterst controversieel, en met goede reden. Er zijn ontelbaar handelingen denkbaar die meer levens redden dan dat ze kosten zonder dat we dat als reden accepteren. Bijvoorbeeld het doden van één persoon om haar organen te oogsten en te gebruiken om de levens van vele anderen te redden.

Betekent dit dat de momenteel immens populaire neuroethiek ons helemaal niets interessants te vertellen heeft over onze aard als morele actoren? Zeker niet. Het betekent slechts dat onze morele vragen over wat goed en slecht is niet door de neuro-ethiek zullen worden opgelost. Neuroethiek biedt een interessante manier om op 'objectieve' wijze hypothesen te testen over onze morele oordelen. Dat wil zeggen, een manier die mogelijk onbetrouwbare zelfobservatie en rapportages omzeilt. Als het inderdaad zo is dat onze keuzes, oordelen en handelingen grotendeels op een automatisch en onbewust niveau tot stand komen en de redenen die wij ervoor aandragen onbetrouwbaar zijn (omdat ze geconfabuleerd zouden kunnen zijn), dan is het begrijpelijk dat onderzoekers breinscans met beide handen aangrijpen om verder te komen met hun speculaties. Inmiddels is er dan ook een kleine neuroethische industrie ontstaan rondom de tram-casus. Hierin worden met behulp van allerlei variaties op de oorspronkelijke tram-casus hypothesen getoetst die het verschil in reactie op de twee basisversies zou kunnen verklaren. Een van die hypothesen is dat het cruciale verschil tussen beide cases de fysieke nabijheid van het slachtoffer is. Als dat inderdaad het geval zou blijken te zijn, dan

is daarmee een invloedrijk filosofische principe van de baan als verklaring voor ons verschil in reactie op de twee verschillende versies. Volgens dit ‘principe van het dubbele effect’ is het moreel ontoelaatbaar iemand te *doden* om levens te redden (loopbrugcasus), maar moreel toegestaan levens te redden wanneer dat *ongewild* de dood van een ander veroorzaakt (wisselcasus). Wanneer zou blijken dat onze morele afkeuring van het doden van de man op de loopbrug verdwijnt wanneer dat kan gebeuren van een afstandje (door een wissel over te halen die een valkuil opent), dan lijkt het principe van het dubbele effect toch niet hetgeen te zijn dat ons verschil in reactie op de basisversies verklaart. Het doden van een ander brengt immers niet noodzakelijk een afwijzende emotie in ons teweeg, maar alleen als het doden een fysiek contact met het slachtoffer vereist (zoals in de loopbrugcasus). Hoe dan ook zijn de publicaties over de tram-casus inmiddels, zoals Kwame Anthony Appiah opmerkt, omvangrijk genoeg geworden “om elke op hol geslagen tram tot stilstand te brengen” (vertaald uit Appiah 2008: 91).

Laten we terugkeren naar het centrale thema. Moeten we ten gevolge van het hedendaagse onderzoek in de GCN-wetenschappen en de clusters van experimenten besproken in deze paragraaf, onze visie op onszelf als morele actoren die handelen op grond van redenen (waaronder morele redenen) loslaten?

12.2 EEN GEMEENSCHAPPELIJKE GROEP KLANKEN

Laten we beginnen met een analogie. Stelt u zich Ben en Nathalie voor die beiden van lezen houden en dol zijn op hun oma’s, en die besluiten hun dochtertje ‘Emma’ te noemen. *Emma* is de titel van een boek van Jane Austen, Nathalies favoriete schrijver, en Emma is ook de hoofdpersoon van *Madame Bovary*, een boek van Flaubert, Bens favoriete schrijver. Bovendien is de naam Emma een combinatie van de twee eerste letters van Emily en Amelia de namen van hun geliefde oma’s. Kortom, Ben en Nathalie hebben ‘persoonlijke’ redenen om hun dochter Emma te noemen. Wat schetst echter hun verbazing als ze enkele jaren later Emma van de peuterspeelzaal ophalen? Niet minder dan drie kleine stemmetjes reageren op hun roep om hun dochter. In het jaar dat Emma geboren werd, kwam haar naam met stip binnen in de top-tien van populaire babynamen!

Hoe moeten we dit verhaal interpreteren? Hoe moeten we Ben en Nathalies ‘persoonlijke’ redenen begrijpen tegen de achtergrond van het feit dat de naam Emma ook de “zorgvuldig overwogen keuze is van duizenden andere ouders”, zoals Steven Pinker het stelt, aan wie we dit voorbeeld danken (vertaald uit Pinker 2007: 313). Trends in babynamen is een dusdanig sterk verschijnsel dat men, bijvoorbeeld in de VS, de generatie waartoe een vrouw behoort nauwkeurig kan inschatten op grond van haar naam. Edna is een oudere vrouw, Susan een baby-boomer, Jennifer een dertigplusser en Madison een kind (Pinker 2007: 312). Dit maakt een Haidt-achtige interpretatie van hoe wij tot de keuze voor namen komen

en de rol daarin van onze zogenaamde persoonlijke redenen, aantrekkelijk. In analogie met Haidt zouden we kunnen stellen dat Ben en Nathalies persoonlijke redenen geconfabuleerd zijn, nadat hun keuze op Emma gevallen was ten gevolge van allerlei processen waar ze zich niet van bewust waren.

Op grond van het onderzoek besproken in de vorige paragraaf, zouden we kunnen stellen dat een soortgelijk verhaal ook opgaat voor morele redenen. We handelen en oordelen op grond van een combinatie van onderbuikgevoelens, aspecten van onze omgeving waar we ons niet altijd van bewust zijn, en van chemische substanties die ons lichaam reguleren. Achteraf bedenken we redenen om onze keus als een goede keus te verdedigen ten opzichte van onszelf en anderen. In deze interpretatie laten de GCN-wetenschappen ons zien welke interne en externe invloeden op ons inwerken en welke onderliggende mechanismen (zoals onze automatische afkerige reacties) daarvoor verantwoordelijk zijn.

Morele redenen zijn in zo'n verhaal *window dressing*: mooie verhalen die ongetwijfeld een zeker effect sorteren (op de instemming van anderen bijvoorbeeld), maar die niet functioneren als de oorzaken van ons gedrag. Net als de begrippen 'vrije wil' en 'morele verantwoordelijkheid' zijn 'redenen' sociale talige constructies, invloedrijke constructies, maar desalniettemin constructies. Niets in de natuurlijke wereld, in ons brein, komt overeen met deze redenen of met iets als de vrije wil, en er bestaat evenmin een 'cartesiaans theater', een hoofdkwartier van waaruit ons doen en laten aangestuurd wordt, zoals Daniel Dennett het verwoordt. Dat zijn illusies.¹² De wetenschap inventariseert en ordent de 'werkelijke' oorzaken van ons gedrag en deze activiteit staat geheel los van de (morele) terminologie die wij in het dagelijkse leven bezigen om onszelf te begrijpen, beschrijven en rechtvaardigen.¹³

Het aantrekkelijke van een dergelijk verhaal is dat het morele domein waarin redenen, vrije wil en verantwoordelijkheid een rol spelen, een autonoom domein wordt en als zodanig immuun voor resultaten uit de GCN-wetenschappen. Het spreken in termen van redenen vindt plaats op een 'ander niveau' dan het spreken in termen van oorzaken en dient een heel ander doel. Met het uitwisselen van redenen nemen we deel aan een sociaal en moreel taalspel, het spreken in termen van oorzaken dient een wetenschappelijk en verklarend doel. Maar is een dergelijke onderscheid tussen oorzaken en redenen wel wenselijk? Is het niet zo dat het hedendaagse onderzoek fascinerend en verontrustend is juist omdat het ons iets lijkt te zeggen over onze 'alledaagse' redenen, ons handelen en onze keuzes? Laat we kijken of we een gulden middenweg kunnen vinden.

Pinker, die opmerkte dat het aantal Stevens dat hem beroepsmatig omringde, exponentieel toenam bij elke stap die hij zette in zijn ontwikkeling tot wetenschapper en later tot schrijver van populair-wetenschappelijke boeken,¹⁴ sugge-

reert met betrekking tot ons namen-voorbeeld het volgende. Hoewel alle ouders individueel op zoek zijn naar een mooie naam en er persoonlijk één kiezen, maken ze hun keuze uit wat hij een *common pool of sounds* (gemeenschappelijke groep klanken) noemt: een verzameling van klanken die in een bepaalde tijd, in bepaalde groepen van de bevolking, op bepaalde plaatsen populair is. Deze suggestie doet recht aan zowel de ervaring van een individueel 'keuzeproces' als aan de trendgevoeligheid van namen. De groep klanken waaruit gekozen wordt, wordt immers gedeeld. Het idee van zo'n gemeenschappelijke groep klanken zou kunnen helpen bij het duiden van de complexe relatie tussen de redenen en oorzaken van ons handelen.

Redenen als memen

In de filosofie bestaat een suggestie die vergelijkbaar is met Pinkers groep van klanken. Die suggestie houdt in dat bepaalde ideeën, slogans en redenen zich door hun besmettelijkheid in rap tempo reproduceren en verspreiden onder de bevolking door andere breinen te infecteren. Deze ideeën, slogans en redenen worden 'memen' genoemd. Memen zijn de eenheden van de culturele evolutie, voor het eerst onder onze aandacht gebracht door Richard Dawkins (Dawkins 1978) en verder verspreid door Daniel Dennett (Dennett 2003). Waarom memen en klanken precies besmettelijk zijn kunnen we als open vraag beschouwen. Misschien is bijvoorbeeld Emma populair, omdat het automatisch associaties opwekt met Gwyneth Paltrow (1996) – vertolker van Austens Emma in 1996 – of met Emma Thompson,¹⁵ of misschien is het een volstrekt toevallige samenloop van omstandigheden die de naam Emma plots razend populair maakt (Gladwell 2000). Het punt is dat men over de oorzaken van verzamelingen klanken en memen kan speculeren en wetenschappelijke theorieën kan formuleren, zonder dat daarmee noodzakelijk afbreuk wordt gedaan aan de persoonlijke overwegingen die een rol gespeeld hebben bij de keuze voor, bijvoorbeeld, een naam.

Stel je voor dat de breinen van Ben en Nathalie inderdaad met het Emma-meme of geluid geïnfecteerd werden. Ongeveer 800 milliseconden voor ze gingen zitten om te praten over welke namen ze voor het kind dat ze verwachtten zouden kiezen, komt Emma op in hun hoofd, gevolgd door (na, stel, 300-500 milliseconden)¹⁶ de overwegingen die, in hun geval, de keuze een juiste keuze zouden maken: hun geliefde oma's en hun favoriete boeken. Zou het dan juist zijn om te zeggen dat de overwegingen die Ben en Nathalie aandragen voor hun keuze volstrekt verzonnen zijn? Helemaal niet. Het zou een verzinsel zijn als ze de boeken van Flaubert en Austen in hun kasten zouden ontdekken nadat ze voor Emma hebben gekozen en pas in een later stadium zouden ontdekken dat de voorletters van de namen van hun oma's samen Emma vormen. Dit is bij Ben en Nathalie in het bovenstaande voorbeeld niet het geval. Anders dan bij bijvoorbeeld Hillary Clinton, die beweert vernoemd te zijn naar de man die de Mount Everest voor het eerst beklom. Aangezien zij in 1947 geboren is en Edmund Hillary de piek

van de Mount Everest pas in 1953 bereikte, moet dat werkelijk een sprookje zijn (Pinker 2007: 313)!

Het feit dat een naam in de top-tien belandt, is als zodanig geen indicatie dat de persoonlijke redenen van de ouders geconfabuleerd zijn. Als één ding duidelijk is geworden in deze bundel, is het dat we motivationeel gesproken zeer ingewikkelde wezens zijn. De factoren die de basis vormen van wat ons aanzet tot handelen, zijn niet onmiddellijk inzichtelijk, noch eenduidig als (ir)rationeel of (im)moreel te karakteriseren: normen die in de ene situatie goed werken, verliezen hun kracht in een andere situatie, de manier waarop een keuze aan ons gepresenteerd wordt, maakt een enorm verschil met betrekking tot het resultaat, zelfs al zijn de opties – de relevante aspecten – precies hetzelfde. Doordat wij onmiddellijke introspectieve toegang tot de oorzaken van ons gedrag ontberen, bestaat er als het ware een sluier tussen onze (morele) redenen enerzijds, en het daarmee gelegitimeerde en/of verklaarde gedrag anderzijds. Wanneer iemand ons vraagt naar onze redenen, *reconstrueren* we wat deze moeten zijn geweest op grond van het beschikbare ‘bewijs’, in dit geval bijvoorbeeld ‘onze gedachten over onze grootouders’ en ‘ons gesprek over onze favoriete schrijvers’.

Ook als wij ten principale actor-intransparant zijn (omdat wij de onbewuste oorzaken van ons gedrag niet in het vizier hebben), kunnen wij redenen postuleren én kan de ene set van redenen die wij zo postuleren geloofwaardiger zijn dan de andere. Actor-intransparantie wil niet zeggen dat we ons voortdurend vergissen en totaal geen zicht hebben op wat ons motiveert, noch dat alle redenen die we voor ons gedrag aandragen confabulaties zijn. Als dat het geval zou zijn, dan zou onze omgang met onszelf en elkaar veel moeizamer zijn dan het feitelijk is! Wij zijn echter doorgaans heel goed in staat met onszelf en elkaar om te gaan op basis van de redenen die we menen te hebben en die we bij voortduren uitwisselen (probeer na te gaan hoe een bundel als deze tot stand zou moeten komen zonder de coördinerende, sturende, voorspellende bijdrage van de redenen die de deelnemende individuele wetenschappers menen te hebben voor de, met dit project samenhangende, handelingen).

12.3 DE MORELE REDENEN DIE WE HEBBEN

Ook voor *moreel* handelen en oordelen geldt dat we onze morele redenen vaak achteraf reconstrueren. Stelt u zich voor dat iemand u vraagt waarom u te laat bent voor een afspraak. Het kan heel goed zijn dat u om antwoord te geven op die vraag even moet nadenken (misschien had u in eerste instantie niet eens door dat u te laat was). Als u zich vervolgens realiseert dat u op straat iemand hebt geholpen met het oprapen van haar boodschappen, dan zou u dat als reden kunnen aandragen voor de vertraging. Als degene die u ter verantwoording riep vervolgens afkeurend fronst, kan het zijn dat u heel onmiddellijk en direct reageert met de

opmerking dat “hulpvaardigheid toch veel belangrijker is dan stiptheid” (een moreel oordeel). Als het inderdaad zo is dat hulpvaardigheid voor u belangrijker is dan stiptheid, als die overweging uw gedrag doorgaans structureert, dan kan dat antwoord heel goed een juiste hypothese omtrent uw beweegredenen zijn, ook al schoot de reden “laat ik helpen, dat is belangrijker dan op tijd komen” totaal niet door uw hoofd toen u die persoon te hulp schoot om haar boodschappen op te rapen. Hulpvaardigheid, zoals veel andere (morele) deugden, is bij uitstek een deugd die mensen ‘behulpzaam doet zijn’ als de omstandigheden daar aanleiding toe geven, zonder dat de actor daarover na hoeft te denken. Zodra wij het idee laten varen dat de redenen die wij geven voor ons gedrag *rapportages* zijn van wat er door ons hoofd schoot voorafgaand aan een keuze of handeling, wordt duidelijk dat de link tussen onze redenen enerzijds, en ons handelen anderzijds, complex is en veel ruimte laat voor vergissingen, structurele vergissingen zelfs, en de noodzaak van, bijvoorbeeld wetenschappelijke, verhelderingen. We schetsen kort hoe we ons dat kunnen voorstellen.

Vanaf onze geboorte worden we opgevoed om ons op een fatsoenlijke, sociale en morele manier te gedragen. En eenmaal volwassen reageren we een groot deel van onze tijd op elkaar met de morele sentimenten, morele verwijten, verontwaardiging, het labelen van gedrag als ‘slecht’ en ‘moreel goed’.¹⁷ We zijn moreel verontwaardigd over gedrag dat we moreel verwerpelijk vinden en veroordelen het ook als we er niet zelf het slachtoffer van zijn. We vertellen elkaar verhalen en oordelen over elkaar, waarbij we het gedrag, de karaktereigenschappen en de handelingen vaak in moreel jargon kenmerken. We leren wat we wel en wat we niet moeten doen door te observeren en door middel van de voorbeelden die aan ons gegeven worden (vaak impliciet) en door wat er gebeurt wanneer we de grenzen overschrijden van wat (moreel) passend en niet passend wordt geacht. We leren daarbij ook waarom we iets al dan niet moeten doen: “omdat ik je moeder ben” (moet je luisteren), “omdat het pijn doet” (mag je dat niet doen), “omdat het beleefd is” (moet je gedag zeggen) enzovoort.

Deze redenen vatten de normatieve verwachtingen (wees beleefd, doe anderen geen pijn, luister naar je moeder) samen die onze dagelijkse interacties met elkaar reguleren – diepgaand, maar veelal op een directe en automatische manier. Dat we redenen als deze aanhalen wanneer ons gevraagd wordt waarom we doen wat we doen en oordelen zoals we oordelen – ook als ze aantoonbaar niet aanwezig zijn – is daarom niet verwonderlijk. Evenmin is het verwonderlijk dat onze onderbuikgevoelens een belangrijke functie vervullen om te zorgen dat we elkaar en onszelf ‘op het rechte pad’ houden. Redenen structureren diepgaand ons gedrag heel waarschijnlijk dikwijls via het mechanisme van onze onderbuikgevoelens. Wij worden onpasselijk als we bepaalde diep verankerde normen moeten overschrijden. De wetenschapper Stanley Milgram kreeg zijn studenten niet zo ver om ten bate van een onderzoek naar het verschijnsel gehoorzaamheid (in de jaren 70),

willekeurige vreemden te vragen hun zitplaats op te geven. Toen hij, ten einde raad, besloot zijn experiment zelf uit te voeren en iemand zo ver kreeg zijn plaats voor hem op te geven was hij emotioneel zo aangedaan dat hij fysiek onpasselijk werd (interview met Milgram, geciteerd in Prinz 2007: 22).

Bovengenoemde aspecten werpen een nieuw licht op de in de vorige paragraaf besproken experimenten. Laten we ze duidelijk onderscheiden. Ten eerste structureren allerlei morele overwegingen ons keuzegedrag zonder dat wij ons daar altijd van bewust zijn. We hebben na de Tweede Wereldoorlog bijvoorbeeld de naam ‘Adolf’ niet hoeven verbieden om ervoor te zorgen dat de naam verdween. Ten tweede hebben morele redenen een meme-achtige kwaliteit. Er is een bepaalde set aan ‘geaccepteerde’ morele redenen waarop we terugvallen op het moment dat ons gevraagd wordt bepaalde handelingen te legitimeren of keuzes te verantwoorden. Iedereen heeft daarbinnen een eigen subset waarmee zij zich in het bijzonder identificeert, maar de aard van morele redenen is dat zij ‘publiek’ zijn: ze zijn bestemd om ons handelen en onze keuze ten overstaan van anderen te rechtvaardigen.

Als dit het geval is, dan is het *dumbfounding* materiaal indicatie van het feit dat wij uitsluitend redenen confabuleren om ons gedrag te rechtvaardigen, althans niet als we ‘confabuleren’ opvatten als de productie van pure verzinsels, sprookjes. Onze onderbuikgevoelens maken dat we de incestcasus moreel afkeuren, maar daarmee is niet gezegd dat de redenen die we noemen om dat onderbuikgevoel te rechtvaardigen geen rol spelen in het reguleren van ons gedrag.¹⁸ Daarmee is het eveneens een stuk minder schokkend dat de studenten niet onmiddellijk hun morele oordeel wijzigen op het moment dat blijkt dat de overwegingen die hun onderbuikgevoelens doorgaans informeren, ditmaal niet opgaan. Juist omdat veelal onze reflectie niet aan onze oordelen voorafgaat, is het niet irrationeel vast te houden aan de onderbuikgevoelens die maken dat onze praktijk de morele structuur heeft die zij heeft. Evenmin tonen de andere bevindingen van de moreel psychologen en neuroethici aan dat er geen relatie bestaat tussen onze redenen en onze oordelen en keuzes. Als onze onderbuikgevoelens een belangrijke rol spelen in de structurering van ons gedrag, dan is het te verwachten dat het bespelen daarvan ook ons morele oordeelsvermogen beïnvloedt. Eveneens is het te verwachten dat bij kennisname van de tram-casus in ons brein een activatie te zien is van die gebieden die traditioneel met emoties worden geassocieerd.

Het belang van dialoog

Dit hoofdstuk laat zien dat we geheel terecht weigeren onze visie op onszelf als morele en rationele wezens geheel op te geven. Dit wil echter niet zeggen dat dit onderzoek of het voorbeeld van Ben en Nathalie, de status van ‘uitzonderingen’ moeten krijgen die ‘de regel’ bevestigen. Dat wil zeggen, dat we in de regel precies

weten wat we doen, en ons slechts heel soms in zeer uitzonderlijke (manipulatieve) situaties kunnen vergissen. Integendeel. Het besproken onderzoek laat zien dat ons zelfbeeld aan een radicale herziening toe is. Wij nemen onszelf in de regel te serieus als wezens die op basis van individuele reflectie en zorgvuldige afwegingen handelen, oordelen en kiezen, en realiseren ons te weinig dat wij onze beweegredenen en de oorzaken die ons gedrag beïnvloeden vaak niet in beeld hebben, en niet kunnen hebben.

Aan de ene kant bieden de huidige ontwikkelingen in de GCN-wetenschappen gelukkig tal van aanknopingspunten om dit probleem aan te pakken en ervoor te zorgen dat we beter functioneren of, liever gezegd, dat we minder last hebben van onze biases en beperkingen.¹⁹ Vele daarvan zijn al besproken in eerdere hoofdstukken van deze bundel. Aan de andere kant maakt het GCN-onderzoek tevens duidelijk dat wat moet gelden als ‘verbetering’ of als ‘optimaal functioneren’ ongewis blijft. Het besproken onderzoek toont ook op dat gebied dat wij voor onszelf geen open boek zijn. De redenen die we aandragen, onze morele evaluaties en waarden: ook die zijn gevoelig voor vertekening en oneigenlijke beïnvloeding. We zijn, zoals al enkele malen gezegd, actor-intransparant.

Overigens mag uit de bevinding dat een individu dergelijke transparantie mist, niet de conclusie worden getrokken dat een derde partij (bijvoorbeeld een wetenschapper) beter kan beslissen wat goed is voor het individu: ook deze is gebonden aan de beperkingen die de GCN-wetenschappen duidelijk maken. Het idee dat de GCN-wetenschappen beleidsmakers kunnen helpen ‘optimale uitkomsten’ te verwezenlijken is dus nog niet zo eenvoudig. De voorkeuren en redenen die ten grondslag liggen aan ons gedrag zijn uiteindelijk voor niemand met zekerheid kenbaar.

De enige uitweg uit deze impasse is over die voorkeuren en redenen met elkaar in gesprek gaan en daarbij constant de mogelijkheid open te houden dat we ons zouden kunnen vergissen over dat wat van (morele) waarde is. Dat inzicht – dat we niet altijd even helder voor ogen hebben wat onze waarden en morele overwegingen precies zijn – gebiedt dat we kiezen voor een meer experimentele en stapsgewijze ontwikkeling en implementering van beleid, hervormingen, aanpassingen, en koerswijzigingen, met veel ruimte en oog voor feedback en tussentijdse bijsturing. Bij dit inzicht past meer een aanpak van *piecemeal engineering* dan van *grand designs*.

Kortom, om even terug te komen op de vraag waarmee we dit hoofdstuk openen, hoogstwaarschijnlijk zijn ook Caroline en Adam gevoelig voor allerlei factoren die niet terzake doen wanneer zij zich beraden op de opties die zij tot leidraad moeten nemen voor de herinrichting van de schoolkantines. Het enige dat ze kunnen doen is die wetenschap voor ogen houden, met zo veel mogelijk anderen

over de opties in discussie gaan, de schoolkinderen betrekken in hun overwegingen en bereid zijn gaandeweg hun gekozen herinrichting te heroverwegen.

Afsluitende opmerkingen

Uiteraard kunnen we nadenken over wat we moeten doen en kunnen onze persoonlijke redenen ons handelen informeren. Zo kunnen we onze zoon bijvoorbeeld 'Sue' noemen, omdat we op het punt staan in de gevangenis te belanden en geloven dat we door hem een meisjesnaam te geven hem weerbaar kunnen maken om, zonder onze bescherming, in deze harde wereld te overleven.²⁰ Of we kunnen onze dochter 'Kiekeboe' noemen, omdat we ervan overtuigd zijn dat elk menselijk wezen zijn of haar eigen naam moet kunnen kiezen.²¹ Doorgaans zijn het gelukkig minder excentrieke persoonlijke overwegingen die ons alledaagse handelen en oordelen vormgeven, veelal automatisch en zonder dat wij ons er in de verste verte van bewust zijn. Weinig jongetjes die geboren worden, worden 'Adolf' (of 'Sue') genoemd en weinig meisjes 'Kiekeboe', zonder dat die namen door iemand individueel en bewust gecensureerd hoeven te worden. De namen komen gewoon niet bij ons op. Dit is op zijn minst net zo'n goed bewijs van onze diepgaande morele aard, als het feit dat we in staat zijn na te denken over wat we moeten doen en waarom, en te handelen overeenkomstig de uitkomst van die gedachten. De winst van die automatische en onbewuste morele sturing van ons gedrag is groot, het stelt ons in staat op verfijnde manier deel te nemen aan een sociaal ongelooftlijk ingewikkelde wereld. Echter, het maakt ons ook erg kwetsbaar voor invloeden die ons ontgaan en daarmee voor allerlei soorten manipulatie en blinde vlekken. Het is continu nodig onze morele praktijken in de gaten te houden en ons erover te bezinnen, daarbij openstaand voor wat de GCN-wetenschappen, morele psychologie en empirische ethiek ons te vertellen hebben, naast de traditionele bronnen van morele wijsheid zoals de filosofie, literatuur, geschiedenis en kunst.^{22*}

NOTEN

- 1 In dit artikel voorspelt Wolfe dat de 21e eeuw het era van de neurowetenschappen en de evolutionaire biologie wordt. Het gevaar dreigt, aldus Wolfe, dat het autonome zelf volledig wordt weggeredeneerd als gevolg van de zeggingskracht van deze nieuwe wetenschappen.
- 2 Zie bijvoorbeeld Wegner, D.M. (2002) *The illusions of conscious will*, Cambridge, Mass.: MIT Press en Gazzaniga, M.S. (2005) *The ethical brain*, New York: Dana Press.
- 3 Het conceptuele spanningsveld tussen het beeld van mensen als zelfbeschikkende, autonome, morele actoren aan de ene kant en de wetenschappelijke aanname aan de andere kant dat alles in de wereld geheel gedetermineerd is.
- 4 Uiteraard zijn er altijd tamelijk algemeen geaccepteerde excuserende omstandigheden. Deze zijn echter van een andere aard dan die in hoofdstuk 7 en 8 gesignaleerd worden. Ofwel ze verwijzen naar omstandigheden die het extreem moeilijk maken om aan een bepaalde morele eis te voldoen (in het geval van stelen bijvoorbeeld: het op sterven na doodgaan van de honger) ofwel naar een conflicterende morele eis (stelen om je kinderen te voeden).
- 5 Concepten zoals 'bewuste controle' en het 'onbewust niveau' vereisen overduidelijk uitvoerig nadere uitleg. Zie bijvoorbeeld Levy, N. & T. Bayne (2004) 'Doing Without Deliberation: Automatism, Automaticity, and Moral Accountability' *International Review of Psychiatry*, 16, 4: 209-15. Waar het om gaat in mijn bijdrage is dat het GCN- onderzoek aantoonde dat het idee dat 'deliberatief bewust-zijn' en 'bewuste controle' ons alledaagse handelen diepgaand kenmerkt, een vergissing is.
- 6 Voor alle duidelijkheid, onze neiging om zelf redenen te verzinnen, is geen nieuw verschijnsel. In de filosofie is het voorbeeld van mensen die handelen onder invloed van posthypnotische suggestie zeer gangbaar, die een heel verhaal paraat hebben als je hun vraagt waarom ze doen wat ze deden. Dat voorbeeld zou echter makkelijk kunnen worden uitgelegd als een uitzondering, misschien zelfs als een vorm van bedrog, vanwege de buitengewone situatie waarin we onszelf bevinden (we gedragen ons raar zonder dat we enig idee hebben waarom). Echter, op het ogenblik wordt onze neiging om redenen voor handelingen te geven door factoren die eigenlijk niet opgemerkt worden door de actor door een grote verscheidenheid aan onderzoek vastgesteld (Wegner 2002). En het omgekeerde lijkt ook het geval te zijn. Soms lijken we ons oprecht te vergissen over het feit dat we handelen op grond van redenen, terwijl we de oorzaken buiten ons zoeken of in de activiteit van de ander. Met deze these verklaart Wegner bijvoorbeeld aloude verschijnselen als het 'in bezit genomen worden door' en 'oproepen van' geesten. Wegner, D. M. (2002) *The illusion of conscious will*, Cambridge, Mass.: MIT Press, hoofdstuk 4 en 6.
- 7 Je kunt je afvragen of we, als we in ons verleden onze morele onderbuikgevoelens als standaard hadden gevolgd, bijvoorbeeld onze morele afkeer van seksuele rela-

ties voor het huwelijk of homoseksuele relaties zouden hebben overwonnen. We durven niet te stellen dat het feit dat we deze specifieke morele oordelen hebben 'overwonnen' te danken is aan reflectie op deze zaken, en wellicht zijn sommige mensen het ermee oneens dat het goed is dat we deze specifieke oordelen overwonnen hebben. Waar het om draait, is dat weinig mensen zullen beweren dat hun onderbuikgevoelens volstaan als *rechtvaardiging* voor wat ze van deze kwesties vinden.

- 8 Sommige filosofen – van de neo-Humeaanse soort – verwelkomen Haidts SIM aangaande morele oordelen, omdat dit model aansluit bij de visie die zij al geruime tijd verdedigen: dat wanneer we moreel oordelen of evalueren, we vooral onze afkeer (een negatieve evaluatie) of onze voorkeur (een positieve evaluatie) uitdrukken. Het SIM aangaande moreel oordelen is net zo controversieel als de neo-Humeaanse visies aangaande morele oordelen. In latere essays verdedigt Haidt dan ook een meer genuanceerdere visie. Greene, J. and J. Haidt (2002) 'How (and where) does moral judgment work?' *Trends in Cognitive Sciences* 6, 12: 517-523.
- 9 Tram-casus zijn voor het eerst door Philippa Foot onder de aandacht gebracht en ze zijn uitgewerkt door Judith Jarvis Thomson. Zie Foot, P. (1967). 'The Problem of Abortion and the Doctrine of the Double Effect' *Oxford Reviews* 5: 5-15, Thomson, J.J. (1976). 'Killing, Letting die, and the Trolley Problem' *Monist* 59: 204-217.
- 10 Meer in het algemeen is de vraag bij het reageren op deze dilemma's om het geschetste te accepteren zoals het is en eventueel ongeloof over de details op te schorten of te negeren.
- 11 Deze percentages komen uit Greene, J.D., S. Morelli, K. Lowenberg, L.N. Nystrom & J. Cohen (2008) 'Cognitive load selectively interferes with utilitarian moral judgment' *Cognition* 107: 1144-1154.
- 12 Dennett meent echter dat het een cruciale strategische vergissing is om de vrije wil een illusie te noemen. Dennett, D. C. (2003) *Freedom evolves*, London, Penguin: 24-6. Volgens Dennett wordt daarmee ten onrechte gesuggereerd we een bepaalde 'vrijheid' of zelfcontrole moeten opgeven, terwijl dat volgens hem totaal niet het geval is.
- 13 De Nederlandse filosoof Jan Bransen maakt zich al jaren hard voor de visie dat wij de zogenaamde 'wetenschappelijke oorzaken' die worden aangedragen ter verklaring voor ons handelen moeten ontmaskeren als claims in een morele discussie over hoe wij onszelf en onze handelingen moeten begrijpen. Zie bijvoorbeeld zijn 'De opvoedbare mens' uit 2003, in: Hees, M. van, E. D. Jonge & L. Nauta (ed) *Kernthema's van de filosofie*, Amsterdam, Boom: 89-109 en zijn te verschijnen boek *Word zelf filosoof*, Diemen: Veen Magazines: hoofdstuk 8.
- 14 Gould, Hawking, Johnson, Landsburg, Levy, Mithen, Weinberg, Wolfram, Levitt en Dubner, om er een paar te noemen Pinker, S. (2007) *The Stuff of Thought: Language as a Window into Human Nature*, London: Penguin Books: 279-80).
- 15 De populaire theorie dat beroemdheden zoals Emma Thompson de populariteit van namen veroorzaakt, schijnt een mythe te zijn. Zoals Pinker opmerkt, heeft

- onderzoek duidelijk gemaakt dat de namen van beroemdheden – enkele uitzonderingen daargelaten – trendgevoelig zijn, niet trendzettend. Lieberman, S. (2000) *A Matter of Taste: How Names, Fashions, and Culture Change*, New Haven: Yale University Press en Pinker, S. (2007): 314
- 16 Deze getallen komen overeen met het tijdsverloop gemeten tussen de zogenaamde *readiness-potential* zichtbaar in het brein en de ‘de gerapporteerde tijd van de beslissing’ (om je pols in beweging te zetten) in de beroemde Libet-experimenten. Op basis van deze experimenten hebben sommigen geargumenteed dat wij geen vrije wil bezitten omdat in ons brein reeds activiteit zichtbaar is die eenduidig voorspelt wat wij zullen gaan doen (in het geval van onderhavig experiment, onze pols bewegen) voordat wij ons daarvan (zeggen) bewust (te) zijn. Zie: Kornhuber, H.H. & L. Deecke, (1964) ‘Hirnpotentialänderungen beim Menschen vor und nach Willkürbewegungen, dargestellt mit Magnetbandspeicherung und Rückwärtsanalyse’ *Pflügers Arch Eur J Physiologie* 281, 52 en Libet, B., A. Freeman, e.a. (1999) *The volitional brain: towards a neuroscience of free will*, Thorverton: Imprint Academic. Een uitstekende kritiek op de gangbare interpretatie van deze experimenten kan gevonden worden in: Dennett, D.C. (2003) *Freedom evolves*, London: Penguin, hoofdstuk 8.
- 17 Voor sommige filosofen maken deze interpersoonlijke houdingen de kern uit van onze morele praktijk, zie bijvoorbeeld Strawson, P. (1962) ‘Freedom and Resentment’ in Watson, G. *Free Will*, Oxford: Oxford University Press: 59-81 en, in zijn voetsporen, Wallace, R. J. (1994) *Responsibility and the Moral Sentiments*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- 18 De Nederlandse filosoof Sabine Roeser betoogt naar aanleiding van het in dit hoofdstuk besproken soort van onderzoek met betrekking tot onze emoties meer in het algemeen (dus niet beperkt tot afkeer en walging) dat ze een zeer waardevolle, veelal verwaarloosde, bron van (morele) kennis en inzicht zijn. Roeser, S. (2009) ‘Intuitions, Emotions and Gut Feelings in Decisions about Risks: Towards a Different Interpretation of ‘Neuroethics’ *The Journal of Risk Research* (Special Issue: ‘The Philosophy of Risk’). Ook de eerder genoemde filosoof Hindriks ziet de focus op emoties als het belangrijkste resultaat van het hedendaagse onderzoek in de neuroethiek en gelooft dat de belangrijkste taak van de neuroethiek is de mogelijk verstorende invloed van emoties op te sporen. Zie zijn Nederlandstalige artikel (te verschijnen) hierover ‘Emoties en intenties in de experimentele filosofie’ in het *Algemeen Nederlands Tijdschrift voor Wijsbegeerte* (ANTW).
- 19 Om ‘onze autonomie te schragen’ zoals de Nederlands-Amerikaanse filosoof Joel Anderson het noemt. Heath, J., J. Anderson (te verschijnen). ‘Procrastination and the Extended Will’ in C. Andreou & M. White *The Thief of Time: Philosophical Essays on Procrastination*, New York: Oxford University Press.
- 20 Luister naar het fantastische nummer *A boy named Sue* in de vertolking van Johnny Cash, geschreven door Shel Silverstein!
- 21 Er is ten minste één meisje dat *Pickaboo* heet. Haar ouders, een paar hippies in de vs, vonden dat elk kind het recht zou moeten hebben haar of zijn eigen naam te

kiezen zodra zij of hij daartoe in staat is. In Pickaboos geval was die leeftijd, aan de naam te oordelen, waarschijnlijk een jaar of twee.

22 * Met dank aan Jan Springintveld, Frank Hindriks, Arno Wouters en Nicole van Voorst Vader.

BIBLIOGRAFIE

- Appiah, K.A. (2008) *Experiments in Ethics*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Bransen, J. (2003) 'De opvoedbare mens' in Hees, M. van., Jonge, E. de., Nauta, L. (red.) *Kernthema's van de filosofie*, Amsterdam: Boom.
- Bransen, J. (in druk) 'Word zelf filosoof', *Veen Magazines*.
- Nahmias, E. Nadelhoffer S.M., T. en Turner J. (2005) 'Surveying Freedom: Folk intuitions about free will and responsibility', *Philosophical Psychology* XVIII(5): 561-584.
- Dennett, D.C. (2003) *Freedom evolves*, London: Penguins.
- Dijksterhuis, A. (2007) *Het slimme onbewuste*, Amsterdam: Bert Bakker.
- Fine, C. (2006) 'Is the emotional dog wagging its rational tail, or chasing it?', *Philosophical Explorations* 1: 83-98.
- Foot, P. (1967) 'The Problem of Abortion and the Doctrine of the Double Effect', *Oxford Reviews* 5: 5-15.
- Gazzaniga, M.S. (2005) *The ethical brain*, New York: Dana Press.
- Gladwell (2000) *The tipping point: how little things can make a big difference*, Little Brown.
- Greene, J. en J. Haidt (2002) 'How (and where) does moral judgment work?' *Trends in Cognitive Sciences* 6(12): 517-523.
- Greene, J.D. (te verschijnen) 'Social Neuroscience and the Soul's Last Stand' in A. Todorov, Fiske, S., Prentice, D. *Social Neuroscience: Toward Understanding the Underpinnings of the Social Mind*, Oxford University Press.
- Greene, J.D., Morelli, S.A., Lowenberg, K., Nystrom, L.E. en Cohen, J.D. (2008) 'Cognitive load selectively interferes with utilitarian moral judgment', *Cognition*, 107: 1144-1154.
- Greene, J.D., et al. (2001) 'An fMRI investigation of emotional engagement in moral judgment', *Science* 293: 2105-2108.
- Haidt, J. (2001) 'The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment', *Psychological Review* 108: 814-834.
- Heath, J., Anderson, J. (te verschijnen) 'Procrastination and the extended will' in C. Andreou en M. White (red.) *The thief of time: philosophical essays on procrastination*, New York: Oxford University Press.
- Hertzberg, L. (1975) 'Blame and Causality', *Mind* 84: 500-515.
- Hindriks, F. (2009) 'Opzet en morele verantwoordelijkheid in de experimentele filosofie', *Algemeen Nederlands Tijdschrift voor Wijsbegeerte* 101 (1): 49-55.
- Hindriks, F. (te verschijnen) 'Emoties en intenties in de experimentele filosofie', *Algemeen Nederlands Tijdschrift voor Wijsbegeerte*.
- Hsee, C.K. (1996) 'The evaluability hypothesis: An explanation for preference reversals between joint and separate evaluations of alternatives', *Organizational behavior and Human Decision processes* 67: 247-257.
- Libet, B., A. Freeman, et al. (1999) *The volitional brain: towards a neuroscience of free will*, Horverson, Imprint Academic.
- Libet, B., C.A. Gleason, et al. (1983) 'Time of conscious intention to act in relation to onset of

- cerebral activity (readiness-potential): the unconscious initiation of a freely voluntary act', *Brain* 106: 623-642.
- Lieberson, S. (2000) *A Matter of taste: How names, fashions, and culture change*, New Haven: Yale University Press.
- Murphy, S., Haidt J. en Björklund, F. (2000) *Moral dumbfounding: When intuition finds no reason*, Manuscript, University of Virginia.
- Nichols, S. en Joshua K. (2007) 'Moral responsibility and determinism: The cognitive science of folk intuitions' *Nous* XLI(4): 663-685.
- Pinker, S. (2007) *The stuff of thought: Language as a window into human nature*, Penguin Books.
- Prinz, J.J. (2007) *The emotional construction of morals*, Oxford University Press.
- Roeser, S. (te verschijnen) 'Intuitions, emotions and gut feelings in decisions about risks: Towards a different interpretation of 'neuroethics'', *The Journal of Risk Research* (Special issue: 'The Philosophy of Risk').
- Roskies, A.L., Nichols, Shaun (te verschijnen) 'Bringing moral responsibility down to earth', *Journal of Philosophy*.
- Schnall, S., J. Haidt, et al. (2008) 'Disgust as embodied moral judgment', *Personality & Social Psychology Bulletin* 34(8): 1096-1109.
- Sie, M.M.S.K. (2009) 'Moral agency, conscious control, and deliberative awareness', *Inquiry* 52(5), 516-31.
- Strawson, P. (1962) 'Freedom and Resentment' blz. 59-81 in G. Watson (red.) *Free Will*, Oxford University Press.
- Thaler, R.H., C.R. Sunstein (2008) *Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness*, New Haven: Yale University Press.
- Thomson, J.J. (1976) 'Killing, letting die, and the trolley problem', *Monist* 59: 204-217.
- Verplaetse, J. (2008) *Het morele instinct. Over de natuurlijke oorsprong van onze moraal*, Amsterdam, Nieuwezijds.
- Wallace, R.J. (1994) *Responsibility and the moral sentiments*, Cambridge Mass.: Harvard University Press.
- Wolfe, T. (1996) 'Sorry, But Your Soul Just Died', *Forbes Magazine* 159(13)
- Wegner, D.M. (2002) *The illusion of conscious will*, Cambridge, Mass.: MIT Press.

13 SLOTBESCHOUWING

Will Tiemeijer

Wat kunnen de empirische gedragswetenschappen ons leren over hoe mensen – bewust of onbewust – keuzes maken en over hoe daarop invloed kan worden uitgeoefend? Dat is het onderwerp van deze Verkenning. Zij is een van de eerste vruchten van een meeromvattend WRR-project over de vraag wat de (nieuwe) wetenschappelijke kennis over de psychologie van keuze en gedrag kan betekenen voor beleid en politiek. Dit project zal in 2010 uitmonden in een WRR-adviesrapport aan de regering. In deze slotbeschouwing willen we ten behoeve van dat rapport alvast enkele eerste schoten voor de boeg lossen. Wat zouden – in algemene termen – de bevindingen uit voorgaande hoofdstukken kunnen betekenen voor beleid en politiek?

De technieken voor sturing en beïnvloeding die in deze bundel aan de orde kwamen, kunnen worden samengevat met het begrip ‘psychologische sturing’. Een eerste belangrijk middel dat hieronder valt is ‘keuzearchitectuur’. Die term werd geïntroduceerd door Thaler en Sunstein (2008), en duidt op de specifieke wijze waarop een keuzesituatie is vormgegeven, zoals de precieze formulering van een keuze op een website of formulier, of de wijze waarop producten zijn uitgesteld. Maar met psychologische sturing doelen we ook op invloeden uit de omgeving, zoals de invloed die uitgaat van de sociale groepen waarvan men deel uitmaakt, of fysieke kenmerken van de omgeving, zoals de mate van ordelijkheid. Tot slot zou men ook kunnen spreken van ‘psychologische zelfsturing’: methoden die mensen kunnen ontwikkelen om zichzelf te ‘dwingen’ tot het gedrag dat zij als verstandig beschouwen.

In dit slothoofdstuk zullen we ingaan op de volgende thema’s.

- de reikwijdte van de rationele keuzetheorie;
- neutraliteit, keuzevrijheid en de grenzen daarvan;
- (andere) mogelijkheden om het gedrag van mensen te beïnvloeden;
- samenwerken en rekening houden met elkaar.

Nadat deze thema’s zijn behandeld, wordt nog kort aandacht besteed aan de normatieve problematiek rond psychologische sturing. De vraag of, en zo ja hoe, de overheid dat instrument moet inzetten, wordt immers niet alleen bepaald door overwegingen van effectiviteit en efficiency. Het gaat niet alleen om wat kan, maar ook om wat mag, en bij psychologische sturing ligt het gevaar van manipulatie op de loer. In potentie kan de overheid met dit middel burgers in een richting sturen die niet noodzakelijkerwijs in hun belang is *zonder dat zij zich bewust zijn* van deze sturing. Op de achtergrond schuilt bovendien de vraag of de overheid eigenlijk wel in staat is om te bepalen wat voor burgers ‘de beste keuze’ is?

Dit zijn uitermate belangrijke vragen. Dat de normatieve problematiek in deze bundel verder niet aan de orde is gekomen, heeft allerm minst te maken met onderschatting of desinteresse, maar komt doordat het doel van deze bundel anders is: ontsluiten wat empirisch bekend is over de psychologie van keuze en gedrag. Op de normatieve problematiek zal de WRR uitgebreid ingaan in het hierboven aangekondigde adviesrapport. Toch willen we ook hierover alvast een schot voor de boeg lossen. In de voorlaatste paragraaf zullen we daarom kort dit thema aansnijden, vooral in vragende zin. We geven geen kant en klare antwoorden, maar eerder een agenda voor nadere gedachtevorming.

13.1 DE RATIONELE KEUZETHEORIE REVISITED?

Vormt de rationele keuzetheorie wel een goede inspiratiebron voor beleidsmakers? Gaat het mensen werkelijk alleen maar om de eigen opbrengsten? En zijn mensen werkelijk zo rationeel in hun keuzes? Kloppen die assumpties wel? Wie de empirische bevindingen uit de vorige hoofdstukken beziet, moet welhaast worden bevangen door twijfel. Zet de rationele keuzetheorie ons niet op een dwaalspoor?

Geaggregeerde resultaten

Eén mogelijke reactie op dit soort empirische bevindingen, is te stellen dat zij in wezen irrelevant zijn. Friedman schreef reeds dat “the relevant question to ask about the ‘assumptions’ of a theory is not whether they are descriptively ‘realistic’ for they never are, but whether they are sufficiently good approximations for the purpose in hand.” (Friedman 1953 : 15). Veel aanhangers van de rationele keuzetheorie zullen desgevraagd onmiddellijk toegeven dat de rationele *homo economicus* die daarin wordt verondersteld een fictie is. Het gaat hen echter niet om het menselijk keuzegedrag op individueel niveau, maar om het keuzegedrag op geaggregeerd niveau. Zij zullen erop wijzen dat modellen waarin wordt gedaan *alsof* mensen zich op een dergelijke rationele wijze gedragen, goed in staat zijn diverse verschijnselen in de macro-economie te verklaren, bijvoorbeeld het gedrag op vrije markten. Op geaggregeerd niveau is de theorie dus wel degelijk bruikbaar!

Helaas is dit toch te simpel. Met deze redenering is stiekem een extra veronderstelling de theorie binnengeslopen, namelijk dat individuele afwijkingen van de keus die volgens de rationele keuzetheorie de juiste is, het gevolg zijn van louter toeval. Ze zijn *random error*. Immers, alleen wanneer die afwijkingen toevallig zijn, mogen we ervan uitgaan dat zij op geaggregeerd niveau tegen elkaar zullen wegvallen. De crux is echter dat uit de voorgaande hoofdstukken steeds weer blijkt dat het niet om toevallige maar om *systematische* afwijkingen gaat. De steekproeven in de betreffende onderzoeken zijn groot genoeg om te compenseren voor toevallige fluctuaties in individuele keuze, maar desondanks komen er resultaten uit die significant afwijken van wat de rationele keuzetheorie voor-

spelt. In zulke gevallen is de theorie dus ongeschikt voor *the purpose at hand*. Illustratief is in dit verband het debat over de huidige economische crisis. Zo betogen Akerlof en Shiller (2009) dat belangrijke actuele (macro)economisch fenomenen alleen begrepen kunnen worden als men rekening houdt met *animal spirits*, dat wil zeggen, de niet-rationele drijfveren van mensen.

Hulphypothesen en aanpassen theorie

Een andere mogelijke reactie op deze empirische bevindingen is zodanige hulphypothesen te formuleren dat de schijnbare anomalieën alsnog binnen de theorie kunnen worden verklaard. Neem de veronderstelling dat mensen worden gedreven door de wens hun eigen opbrengsten te maximaliseren. De empirie leert dat mensen soms anderen helpen zonder dat zij daarbij zelf materieel voordeel hebben, bijvoorbeeld geld geven aan een goed doel. Dat lijkt contrair aan de rationele keuzetheorie. Men kan echter postuleren dat zulk gedrag de gulle gever wel degelijk winst oplevert, namelijk in de vorm van een 'goed gevoel'. In essentie is het dus zelfzuchtig gedrag en kan het worden begrepen als maximaliseren van eigen voordeel. Ook de bevinding dat mensen soms een rechtvaardige verdeling prefereren boven maximale winst voor henzelf, zou men kunnen herdefiniëren als een vorm van 'welbegrepen eigenbelang'. Wellicht menen zij op langere termijn ook zelf het meeste voordeel te hebben bij deze distributieve rechtvaardigheid.

Nóg een andere mogelijkheid is om de schijnbare anomalieën in te passen door de rationele keuzetheorie anders uit te leggen. Van Dijk en Zeelenberg beschrijven de traditionele variant van de rationele keuzetheorie, waarin de assumptie van eigenbelang of *selfishness* centraal staat. In minder strikte varianten van de rationele keuzetheorie, die ook verdedigbaar zijn, wordt beargumenteerd dat we het begrip 'opbrengsten' breder moeten interpreteren. Het gaat niet enkel om de eigen materiële opbrengsten, maar om alle opbrengsten waar iemand – om wat voor reden dan ook – waarde aan hecht. Dat kunnen dus ook de baten voor anderen zijn of baten voor een abstract ideaal als 'een schoner milieu'. Het is maar net wat iemand belangrijk vindt. Volgens deze wetenschappers heeft de rationele keuzetheorie geen betrekking op wie er uiteindelijk voordeel heeft bij een beslissing, maar enkel op de – verondersteld rationele – wijze waarop iemand alle beschikbare informatie vertaalt in een keuze die het beste aansluit op zijn voorkeuren (zie bijvoorbeeld Elster 2007).

Daarmee komen we op een tweede groep van schijnbare anomalieën, namelijk de empirische bevindingen die uitwijzen dat mensen helemaal niet altijd beslissen op de wijze die door de rationele keuzetheorie wordt verondersteld. Ze wegen bijvoorbeeld niet alle beschikbare informatie integraal mee in hun keuze, maar kiezen op basis van simpele vuistregels. Hoe dit soort bevindingen te verklaren? Ook hier kunnen hulphypothesen uitkomst bieden. Men kan bijvoorbeeld postuleren dat het verwerken van alle beschikbare informatie mentale kosten met zich meebrengt,

en dat mensen die kosten ook meewegen in hun rekensom. Soms zullen zij inschatten dat het niet de moeite loont alle beschikbare informatie te bestuderen, en een snel besluit op basis van vuistregels voordeliger uitpakt. Dat is een eenvoudige en goed verdedigbare reparatie. Aanmerkelijk moeilijker wordt het bij gewoontes en impulsgedrag. Hoe bijvoorbeeld onbeheerste aanvallen op de ijskast te verklaren bij iemand die zich oprecht heeft voorgenomen af te vallen? Men zou dan kunnen postuleren dat er, bijvoorbeeld als gevolg van opkomende lekkere trek, sprake was van een plotse maar zodanige verhoging van de utiliteit van de gedragsoptie 'onmiddellijk de ijskast leegeten', dat dit opeens de rationele keuze werd.

Kortom, welke anomalie men ook tegenkomt, wie beschikt over voldoende intellectuele souplesse kan altijd de theorie zo aanpassen of verruimen dat deze anomalie wordt 'weggewerkt' en het gedrag alsnog rationeel wordt. Het logisch eindpunt is dat men elk gedrag beschouwt als rationeel. Anders had men er immers niet voor gekozen! Helaas kleven aan deze 'reddingsoperatie' twee grote nadelen. Ten eerste wordt de intuïtie geweld aan gedaan. Het valt toch moeilijk te ontkennen dat mensen soms gewoon domme dingen doen, dat wil zeggen, keuzes maken die evident niet in hun eigenbelang zijn, of zelfs uitgesproken onlogisch en zelfdestructief, zoals bijvoorbeeld bij verslaving aan drugs. Het wringt als men zulke keuzes ook als 'rationeel' zou moeten kwalificeren. Ten tweede is het wetenschappelijk een doodlopende weg. Als men de rationele keuzetheorie zodanig aanpast dat alle anomalieën alsnog kunnen worden verklaard, is zij feitelijk betekenisloos geworden. De theorie kan dan namelijk niet langer voorspellen of een bepaald gedrag wel of niet zal optreden. Wat heb je er dan nog aan? Het lijkt een wetenschappelijke variant op 'reddingsoperatie geslaagd, patiënt overleden'.

Conclusie

Het is daarom beter om gewoon te accepteren dat de rationele keuzetheorie niet altijd even geschikt is om de wereld te begrijpen. Bepaalde empirische fenomenen laten zich goed verklaren met de theorie, wellicht zelfs voorspellen, maar veel andere fenomenen niet. Zo simpel is het.

Wetenschappers en beleidsmakers moeten daarom zo goed mogelijk uitzoeken in welke gevallen deze theorie bruikbaar is en in welke gevallen we ons beter kunnen baseren op andere modellen. Wanneer laten mensen zich primair leiden door eigen opbrengsten en wanneer primair door andermans belang? Wanneer volgen zij een beslisprocedure die men in de rationele keuzetheorie als rationeel zou bestempelen en wanneer kiezen zij voor andere strategieën, bijvoorbeeld vuistregels of meer affectief gedreven processen? Het antwoord op deze vragen zal verschillen per beleidsdomein en per menstype. Een beleidsmaker die blind vaart op de rationele keuzetheorie loopt daarom grote risico's. Het is verstandiger elke nieuwe beeldsvorming te beginnen met gedegen onderzoek naar de drijfveren en motieven van burgers ten aanzien van het betreffende beleidsonderwerp.

13.2 KEUZEVRIJHEID, NEUTRALITEIT EN DE GRENZEN DAARVAN

Keuzevrijheid geldt voor velen als ideaal. De bijdragen in dit boek maken echter wel duidelijk dat er praktische grenzen zijn waarmee men rekening moet houden.

Neutraliteit

Allereerst blijkt het onmogelijk keuzes volledig neutraal aan burgers voor te leggen. Hoe de overheid een keuze ook presenteert – of in termen van Thaler en Sunstein: welke keuzearchitectuur zij ook kiest – altijd is er sprake van een zekere mate van beïnvloeding. Het duidelijkst is dat wanneer de overheid reeds een defaultoptie heeft bepaald, zoals in het geval van orgaandonatie. Omdat afwijken van de default tijd en moeite kost, is er feitelijk sprake van sturing. Maar ook als men een defaultkeuze achterwege laat, is de keuze nog niet neutraal. Variaties in de wijze van aanbieden of formulering van de keuze, bijvoorbeeld een alternatieve *framing*, kunnen ertoe leiden dat mensen van voorkeur veranderen. Net als bijvoorbeeld in de wereld van consumentenproducten gaat het niet alleen om de inhoud. De ‘verpakking’ maakt wel degelijk verschil. De conclusie luidt derhalve dat geen enkele vraagstelling of keuzearchitectuur volledig neutraal is. Er valt altijd een alternatieve – wellicht eveneens goed verdedigbare – presentatie te bedenken die leidt tot een andere distributie in voorkeuren. Met het besluit tot een bepaalde vraagstelling of architectuur, kiest de overheid dus ook altijd voor een – soms klein, soms minder klein – duwtje in een bepaalde richting.

Uiteraard is er wel verschil in de kracht van het duwtje. Het ene is steviger dan het andere. Volledig neutraliteit is weliswaar niet haalbaar, maar men kan er wel naar streven. Als de overheid bijvoorbeeld kiest voor een evenwichtige en zakelijke presentatie van alternatieven zonder default, is de sturing veel minder dan wanneer zij suggestieve formuleringen hanteert, een default aangeeft, en de transactiekosten voor opt-out hoog maakt. Neutraliteit kan dus wel gelden als regulatief idee.

Als de overheid werkelijk ieder duwtje – hoe gering ook – zou willen vermijden, lijkt er maar één oplossing: de kwestie volledig vrijlaten, dat wil zeggen, niet langer onderwerp laten zijn van enige vorm van overheidsbemoeienis – noch in haar regelgeving, noch in haar communicatie. De overheid zou dan bijvoorbeeld ook geen register van donoren moeten aanleggen, maar het orgaanverkeer volledig moeten overlaten aan de vrije markt van ziekenhuizen en potentiële donoren die al dan niet tegen betaling hun organen aanbieden. Maar zelfs als de overheid een kwestie volledig vrij laat, kan men erover twisten of zij hiermee daadwerkelijk een strikt neutrale positie inneemt. Wanneer de overheid zich volledig afzijdig houdt, maakt zij feitelijk de keus geen tegenspel te bieden aan de maatschappelijke krachten waaraan burgers bloot staan. De impliciete boodschap daarvan is dat de overheid de uitkomst van dit krachtenspel blijkbaar acceptabel of zelfs wenselijk vindt.

Keuzestress

Een andere les uit deze bundel is dat er zoiets lijkt te bestaan als een *teveel* aan keuzevrijheid. Beroemd is inmiddels het experiment waarin mensen in een supermarkt mochten kiezen uit zes verschillende jams of uit 24 verschillende jams. Wanneer de keus beperkt was tot zes, bleken mensen beduidend vaker ook daadwerkelijk een van de jams te kopen. Vergelijkbare fenomenen traden op in andere experimenten. Een overdaad aan keuzes resulteert vaak in ontevredenheid en soms in minder optimale keuzes, concluderen Van Dijk en Zeelenberg. Mensen blijken bovendien maar een beperkt uithoudingsvermogen te hebben als het gaat om weerstaan van verleidelijke maar ‘onverstandige’ keuzes, zoals de kroket in plaats van de rauwkost. Hun reservoir aan wilskracht is niet onuitputtelijk. Onderzoek naar *self control* dat Faddegon aanhaalt, suggereert dat wilskracht is als een spier. Als er langdurig beroep op wordt gedaan, raakt zij vermoeid en heeft zij een herstelperiode nodig. Wie een zware en vermoeiende dag achter de rug heeft waarop hij zich continu moest ‘inhouden’ (geen kroket tijdens de lunch, niet boos worden op ergerlijke collega’s, niet drinken omdat men nog moet rijden, geen ruzie maken met de partner) heeft zijn vermogen tot zelfcontrole wellicht zo uitgeput dat hij ’s avonds laat alsnog zwicht voor een aanval op de ijskast.

Mensen verschillen ook onderling in de mate waarin zij kunnen omgaan met keuzevrijheid. Niet alleen heeft de één meer zelfdiscipline dan de ander, er zijn ook individuele verschillen in cognitieve stijl en vaardigheden. De één kan beter met informatie en argumenten overweg dan de ander, de één is eerder geneigd snel de knoop door te hakken – wellicht op basis van hooguit eerste indrukken – dan de ander. Bovendien vergt het realiseren van de eigen voorkeuren soms flink wat kennis, tijd en doorzettingsvermogen, plus de moed om te geloven dat overheid en experts het toch echt bij het verkeerde eind hebben. Zo konden bij de introductie van het Elektronisch Patiënten Dossier mensen desgewenst ervoor kiezen dat artsen geen inzage kregen in hun dossier, maar de opt-outprocedure hiervoor was zo omslachtig dat sommige mensen er niet eens aan zullen zijn begonnen.

Keuzevrijheid is dus niet altijd een zegen, maar kan ook leiden tot stress, ontevredenheid en suboptimale keuzes. Bovendien kan zij voor verschillende groepen verschillend uitwerken. Daar waar keuzevrijheid wordt geïntroduceerd, zal dat wellicht een verbetering inhouden voor wie beschikt over voldoende tijd en vermogens om een weldoordachte keuze te maken. Maar anderen hebben er mogelijk minder baat bij. Voor zulke mensen kan het juist wenselijk zijn als de voorgelegde keuze *niet* zo neutraal mogelijk is vormgegeven, maar enkele duwtjes bevat, bijvoorbeeld in de richting van de optie die gemiddeld het beste uitpakt voor ‘hun soort mensen’.

Conclusie

De consequenties voor beleidsmakers zijn er twee. Ten eerste, als zij nieuwe keuzes introduceren voor burgers, moeten zij zichzelf vooraf de vraag stellen welk niveau van neutraliteit of sturing ze nastreven. Waar op het spectrum tussen beide uitersten wil men gaan zitten? Maakt het de overheid werkelijk niets uit wat de burger kiest, of is er sprake van een – politiek gelegitimeerde – voorkeursoptie waarvan de overheid graag ziet dat mensen daarvoor kiezen? En als het antwoord op die vraag onduidelijk is, zou de politiek zich dan niet alsnog daarover moeten uitspreken? Vervolgens moet dit alles worden vertaald naar een bijpassende keuzearchitectuur. Ten tweede, daar waar reeds keuzevrijheid bestaat, kan het nuttig zijn dat de overheid onderzoekt of – mogelijk onbedoeld – is gekozen voor een vraagstelling of keuzearchitectuur die onvoldoende neutraal is en/of burgers een kant opduwt die niet overeenstemt met wat als wenselijk of verstandig wordt beschouwd.

13.3 BEÏNVLOEDEN VAN GEDRAG

Vaak heeft de overheid echter allerm minst de ambitie zo neutraal mogelijk te zijn, integendeel. Op veel terreinen hebben burgers weliswaar keuzevrijheid, maar zou de overheid graag zien dat zij kiezen voor het ‘verstandige’ alternatief, variërend van veilig vrijen, milieuvriendelijk gedrag tot sociaal gedrag in de openbare ruimte. Anders dan bijvoorbeeld de keuze wel of geen orgaandonor te worden, is er bij zulke gedragingen vaak geen sprake van een ‘bewuste keuze’ op een nauwkeurig aanwijsbaar tijdstip. Het betreft veeleer gewoontegedrag, dat min of meer ‘op de automatische piloot’ wordt uitgevoerd. Sturing via wetgeving of financiële prikkels is bij dit soort gedragingen vaak onvoldoende of niet wenselijk. Welke alternatieven staan de overheid dan ter beschikking? Deze bundel brengt goed nieuws en slecht nieuws.

Sturing door omgeving

Het goede nieuws is dat de mogelijkheden groter zijn dan velen denken. Er zijn in potentie krachtige mogelijkheden om mensen via hun omgeving te beïnvloeden. Stel dat het keuzegedrag van een individu louter gedetermineerd zou worden door zijn persoonlijke predisposities, dat wil zeggen: zijn duurzame doelen, normen, attitudes enzovoort. De overheid zou dan voor een welhaast hopeloze opgave staan. Om de keuzes of de gewoontes van burgers te veranderen, zou zij weinig minder dan hun persoonlijkheid moeten veranderen. Nog los van de vraag of dat wel wenselijk is, vergt het in ieder geval een grote en langdurige inspanning. Gelukkig blijkt dat gedrag veel sterker wordt bepaald door situationele factoren dan vaak wordt gedacht.²³ Dat biedt perspectief. Kenmerken van de omgeving zijn namelijk in nogal wat gevallen relatief makkelijk te veranderen.

Deze situationele invloed is mogelijk doordat mensen psychologisch niet ‘uit één stuk’ zijn. Ten eerste hebben zij verschillende doelen en normen die soms onder-

ling op gespannen voet staan of zelfs regelrecht met elkaar in competitie zijn. Enerzijds willen zij gezond leven, anderzijds lekker eten; enerzijds willen zij een schoon milieu, anderzijds ver weg op vakantie, enzovoort. Men kan niet aan alle doelen en normen tegelijk voldoen. Daarom is volgens Lindenberg en Stapel doorslaggevend *welke* doelen en normen mentaal (het sterkst) geactiveerd zijn op het *moment suprême* dat men moet kiezen. Allerlei schijnbaar triviale omstandigheden kunnen daarin een rol spelen, niet in de laatste plaats signalen in de omgeving, bijvoorbeeld hoe geordend deze is, fysieke kenmerken als geur of afbeeldingen, de aanwezigheid van andere mensen, of signalen die een bepaalde groepsidentiteit saillant maken. Deze signalen zijn in principe manipuleerbaar.

Ten tweede verkeren mensen ook op neurobiologisch niveau soms in tweestrijd. Binnen de hersens is er niet één beslissingscentrum, maar zijn er minstens twee. Psychologen spreken van *dual proces*-modellen, Klucharev en Smidts spreken in hun bijdrage van systeem 1 en systeem 2.²⁴ In beide gevallen wordt bij beslisprocessen een onderscheid gemaakt tussen een eerste gevoelsmatige reactie, die zeer snel en onbewust verloopt, en een tweede, meer beredeneerde en bewuste reactie die daarop kan volgen en meer verstandelijk van aard is. Soms zijn beide reacties met elkaar in overeenstemming, maar soms ook niet. Opnieuw geldt dan dat allerlei schijnbaar triviale omstandigheden de doorslag kunnen geven in welk hersensysteem 'zijn zin krijgt'. Ook dit opent nieuwe perspectieven. Om iemands gedrag te veranderen, is het niet altijd nodig zijn attitudes te veranderen, maar kan het voldoende zijn de kracht van 'het betere ik' te vergroten, bijvoorbeeld door middel tot zelfbinding aan te bieden of te helpen met het vormen van zogenaamde implementatie-intenties (zie hoofdstuk 4).

Actor intransparantie

Dan het slechte nieuws: het is lang niet altijd evident wat mensen werkelijk drijft. Niet blind varen op de rationele keuzetheorie is één ding, maar achterhalen wat mensen dan wél motiveert, is soms knap lastig. Natuurlijk kan men de beoogde 'objecten' van sturing rechtstreeks vragen naar hun drijfveren, maar zelfs als hun antwoorden niet worden vertroebeld door sociale wenselijkheid, is er reden voor wantrouwen. De laatste jaren raakt de wetenschap steeds meer ervan doordrongen hoezeer ons gedrag wordt gedetermineerd door processen in het onbewuste, en hoe slecht we onze werkelijke drijfveren eigenlijk kennen. In sommige literatuur is het bewuste inmiddels gedegradeerd tot een soort van 'persvoorlichter van de hersenen' die achteraf een mooie verklaring verzint voor ons gedrag, nadat het onbewuste reeds daartoe heeft besloten.²⁵ Het bewuste levert slechts rationalisaties achteraf. Men mag tegenwoordig dan beweren dat de overheid 'niet weet wat er leeft', maar als het gaat om de eigen drijfveren, lijkt dat soms evenzeer te gelden voor de burgers zelf. Vormen hun rationalisaties dan wel een betrouwbare basis voor interventies?

Hier valt wel het nodige tegenin te brengen. Waarschijnlijk gaat een degradatie van het bewuste tot slechts een persvoorlichter toch te ver. Ten eerste, iemands eerste en onbewuste reactie kan wel degelijk worden gecorrigeerd door een 'ingreep' van het bewuste. Zoals ook uit het onderzoek van Van den Bos blijkt, kan op een primaire affectieve reactie een schrikreactie volgen ("oeps, dit is niet eerlijk") die de primaire reactie corrigeert. Ten tweede, dat iemands verklaring voor zijn gedrag een 'rationalisatie achteraf' is, hoeft volgens Sie nog niet te betekenen dat deze bij voorbaat verwezen moet worden naar het rijk der fabelen. Rationalisaties achteraf zijn een soort theorie over de eigen motieven, en net als voor elke andere theorie geldt dat zij de waarheid meer of minder dicht kan naderen. Als een dergelijke 'zelftheorie' een groot aantal gedragsfeiten op eenvoudige wijze verklaart, heeft deze een zekere plausibiliteit.

Kortom, als het gaat om de drijfveren van mensen, doen beleidsmakers er verstandig aan mensen niet zondermeer op hun woorden te geloven. Mogelijk passen alternatieve verklaringen beter bij het empirisch waarneembaar keuzegedrag (dan wel hersenscans van de betrokken neurale processen). Het lijkt dan ook raadzaam te kiezen voor een onderzoeksaanpak van 'triangulatie', dat wil zeggen, een aanpak waarin meerdere onderzoeksmethoden naast elkaar worden ingezet. Maar als die woorden, na kritische reflectie en toetsing, de beste verklaring bieden voor dat keuzegedrag (en de hersenscans), zijn ze op zijn minst plausibel, en is het wel zo pragmatisch om verder ongelooft op te schorten en de gegeven verklaring voor 'waar' te houden.

Van kennis naar gedrag of omgekeerd?

Een van de instrumenten om mensen te verleiden tot verstandig gedrag, is informatievoorziening. Het palet is breed, en varieert van de welbekende Postbus 51-campagnes, financiële bijsluiters en de slogan 'geld lenen kost geld', tot keuzeondersteunende informatie zoals een consumentengids voor schoolkeuze. Vaak wordt gekozen voor een informationele strategie: de overheid biedt een bepaalde kennis aan, in de hoop dat als mensen zich die eigen maken, zij hun intenties en daardoor ook hun gedrag zullen veranderen in de gewenste richting. Gedrag volgt kennis. Maar helaas, de praktijk valt tegen. Zoals Aarts schrijft, leidt verandering van intenties vaak niet tot de bijbehorende verandering van gedrag als mensen inmiddels sterke gewoontes hebben ontwikkeld ten aanzien van dat gedrag. En, zoals Rijnja, Seydel en Zuure schrijven, vallen de effecten van massamediale campagnes vaak tegen, vooral als het om gedragsverandering gaat. Na lezing van het voorgaande mag dat eigenlijk nauwelijks meer verbazen.

Ten eerste, beïnvloedingspogingen die zijn gebaseerd op informatie-overdracht, grijpen aan op systeem 2, het cognitieve en redenerende systeem. Dat wordt echter pas actief nadat in systeem 1 reeds de primaire affectieve reactie is gevormd. Zulke beïnvloedingspogingen zijn daarmee nog niet kansloos, maar zij grijpen wel

aan op een relatief traag hersensysteem, dat moet opboksen tegen het snellere emotionele hersensysteem, waarvan de impulsen zeer krachtig kunnen zijn. De boodschap komt in zekere zin net te laat. Het is dan ook niet toevallig dat in veel commerciële reclame vooral wordt ingezet op emotie, óók bij uitgaven die zo groot zijn dat veel te zeggen valt voor een nuchtere kosten-batenafweging, zoals bijvoorbeeld de aanschaf van een auto. Bovendien, als het gaat om onderwerpen waar mensen reeds sterke gewoontes hebben gevormd, is systeem 2 in feite de verkeerde adressant. Het maken van keuzes en uitvoeren van het bijbehorende gedrag, is dan gedelegeerd naar het onbewuste.

Ten tweede is allerm minst gegarandeerd dat de boodschap die de overheid met zulke informatie probeert over te dragen ook zo door de ontvanger wordt geïnterpreteerd. Betekenissen worden niet van bovenaf overgedragen, maar van onderop geconstrueerd, zo blijkt uit diverse hoofdstukken. Welke concrete betekenis een ontvanger verleent aan een communicatie-uiting, wordt sterk beïnvloed door allerlei factoren in zijn leefomgeving. Een hoofdrol hierin spelen de gesprekken van alledag en de observatie van andermans gedrag. Het is in dergelijke interacties dat mensen gebeurtenissen en derden evalueren, en dat een gezamenlijke betekenisgeving ontstaat met normatieve implicaties voor het gedrag. “Door alledaagse interacties worden vanzelf normen gevestigd, versterkt, weerlegd en veranderd, zonder dat het ooit als zodanig wordt uitgesproken,” aldus Postmes, Steg en Keizer. Deze dynamiek is doorgaans aanmerkelijk bepalender voor het proces van betekenisgeving dan de communicatieve speldenprikken van de overheid.

De overheid doet er daarom verstandig aan om – zeker als het doel is om niet alleen kennis over te dragen, maar daadwerkelijk gedrag of gewoontes te veranderen – niet alle kaarten te zetten op informatieoverdracht. Mensen zouden ook gestimuleerd moeten worden om implementatie-intenties te formuleren, en de overheid zou ook gebruik moeten maken van de sturende mogelijkheden van de sociale en fysieke omgeving. Daardoor kan als het ware vanzelf het gewenste gedrag worden ‘geïnduceerd’. Als mensen vervolgens met anderen praten over dat geïnduceerde gedrag, zullen zij wellicht een rationalisatie formuleren die hun keuze rechtvaardigt en bekrachtigt. Zo ontstaan nieuwe normen die bevorderen dat bij een volgende gelegenheid opnieuw deze gedragskeuze wordt gemaakt. De volgorde is dus omgedraaid ten opzichte van de informatieve strategie: kennis *volgt* gedrag.

13.4 DE KUNST VAN HET SAMENLEVEN

“De mens is de mens een wolf,” schreef Thomas Hobbes in zijn *Leviathan*. In dit beroemde politiek-filosofische traktaat schetst hij de mens als louter gedreven door egoïsme, eigenbelang en de drang tot zelfbehoud. De *raison d’être* van de staat is derhalve om de ‘oorlog van allen tegen allen’ te voorkomen.

Gelukkig blijkt het sombere mensbeeld van Hobbes onjuist. Deze Verkenning levert sterke evidentie voor de hoopgevender conclusie dat mensen wel degelijk oog hebben voor andermans belangen. Ze maken regelmatig keuzes waarbij de utiliteit van anderen vooropstaat en de eigen opbrengst hooguit bestaat uit een 'goed gevoel'. Ook streven de meeste mensen bij verdeling van schaarste niet naar maximalisatie van het eigen aandeel, maar geven zij de voorkeur aan een eerlijke verdeling. Deze goedheid is ten dele aangeboren, zo blijkt uit de bijdrage van Buunk en Pollet. Anders dan cynici misschien zullen beweren, betreft het niet enkel een cultureel bepaald vernislaagje van medemenselijkheid dat een in wezen zelfzuchtige kern verhult. De mens is geen wolf in schaapskleren. De aanleg tot bekommernis om anderen is genetisch bepaald en kent dan ook zijn fysieke substratum in de neurale structuren van de hersenen. Sterker nog, de culturele invloed lijkt zelfs andersom te verlopen. Miller (1999) spreekt van de 'mythe van het eigenbelang'. Volgens hem is de (westerse) samenleving doortrokken van een maatschappelijke norm die stelt dat zolang je eigen belangen niet in het geding zijn, het ongepast is je met andermans zaken te bemoeien. Het zijn volgens Miller juist de altruïstische impulsen die worden verhuld. Is de mens dan een schaap in wolfskleren?

De correctie op Hobbes is in ieder geval goed nieuws. Als mensen om elkaar geven, bereid zijn rekening te houden met elkaar en samen te werken, wordt de samenleving aanmerkelijk prettiger om in te leven, en kan zij zich ook makkelijker aanpassen aan veranderende omstandigheden. Maar we moeten ook weer niet doorslaan naar het andere uiterste. Het is natuurlijk niet zo dat mensen louter worden gedreven door altruïstische motieven. Eigenbelang speelt wel degelijk een grote rol. De vraag is dus niet of mensen 'in essentie' zelfzuchtig of altruïstisch zijn c.q. 'van nature slecht' of 'van nature goed'. Mensen zijn beide, en welk van beide eigenschappen op zeker moment de overhand heeft, verschilt per individu en per situatie.

Voor de overheid is uiteraard de cruciale vraag hoe zij kan bevorderen dat op het niveau van de samenleving als geheel het evenwicht tussen beide drijfveren zodanig is dat het algemeen belang het beste wordt gediend. Die balans is volgens nogal wat mensen te veel doorgeslagen naar het eigenbelang. De opgave voor de overheid is derhalve om te stimuleren dat mensen zich (vaker) houden aan prosociale, altruïstische en op samenwerking gerichte normen.

Welke middelen staan haar ter beschikking bij deze opgave? Allereerst natuurlijk woorden. De overheid mengt zich regelmatig in het normatieve debat met uitspraken over welk gedrag normatief wenselijk is of juist niet ("Ambulancepersoneel aanvallen, dat doe je gewoon niet", "Iedereen moet integreren in de Nederlandse samenleving", "Buitensporige bonussen zijn onacceptabel", "Rijd niet onder invloed"). Maar minstens zo belangrijk zijn haar daden. Uit meerdere hoofdstuk-

ken blijkt dat mensen weliswaar bereid zijn tot prosociaal en coöperatief gedrag, maar dat die bereidheid wel een conditioneel karakter heeft. Zichtbare handhaving is doorslaggevend. Als mensen waarnemen dat anderen niet gestraft worden voor *free rider*-gedrag, verdwijnt al snel de bereidheid tot samenwerking. Dan wordt het 'ieder voor zich'. Ook fysieke signalen in de omgeving die uitstralen dat normen niet gehandhaafd worden (bijvoorbeeld graffiti op de muur, rotzooi op straat), kunnen de opmaat vormen tot meer algemeen normoverschrijdend gedrag.

De literatuur bevat ook een – op het eerste gezicht misschien onverwachte – waarschuwing aan de overheid: pas op met het financieel belonen van prosociaal gedrag, want dat kan contraproductief uitpakken (zie ook hoofdstuk 3). Als de overheid bijvoorbeeld vrijwilligerswerk financieel gaat belonen, in de hoop dat zo meer mensen voor vrijwilligerswerk zullen kiezen, kan het resultaat exact het omgekeerde zijn. Door de introductie van de financiële prikkel krijgt het vrijwilligerswerk namelijk een andere betekenis en wordt een ander normatief afwegingskader geactiveerd. Men beschouwt het dan niet meer als lovenswaardig gedrag dat getuigt van gemeenschapszin en onbaatzuchtigheid, maar slechts als een financiële transactie die wordt ingegeven door eigenbelang. Door deze andere *framing* kan het gedrag zijn ratio en aantrekkelijkheid verliezen. Onderzoekers spreken van een *crowding out*-effect; door de activering van op eigenbelang gerichte motieven worden de prosociale motieven 'uitgedreven'. En om het nog erger te maken: dit effect heeft de neiging aangrenzende domeinen te besmetten. Dus als de overheid bijvoorbeeld vandaag vrijwilligerswerk financieel gaat belonen, is bepaald niet uitgesloten dat morgen de mensen zich gaan afvragen waarom mantelzorg eigenlijk niet eveneens financieel wordt beloond.

De les voor het handelen van de overheid is tweeledig: zorg voor een consequente en zichtbare handhaving en wees voorzichtig met 'monetarisering' van gewenste keuzes en gedrag. Het komt aan op prudent management van normatieve kaders.

13.5 NORMATIEVE OVERWEGINGEN

Niet alles wat mogelijk is, is ook wenselijk. Zoals eerder gezegd, is in deze bundel geen aandacht besteed aan normatieve argumenten vóór of tegen inzet van psychologische sturing. Niet omdat die onbelangrijk zouden zijn, maar omdat de WRR daarop later uitgebreid zal ingaan, namelijk in een adviesrapport aan de regering dat in 2010 verschijnt. Toch willen we aan het slot van deze Verkenning alvast enkele eerste opmerkingen hierover maken. Deze zijn meer bedoeld als inzet voor de discussie dan als definitieve antwoorden. Zij beogen scherper in beeld te krijgen wat nu precies de vragen, problemen en uitdagingen zijn waarvoor we staan.

Het uitgangspunt van deze bundel is dat de (nieuwe) wetenschappelijke kennis die in voorgaande hoofdstukken werd besproken, kan helpen om mensen te helpen beter hun eigen doelen te realiseren en de overheid kan helpen mensen effectiever te verleiden tot het goede, verstandige of juiste gedrag. In dat laatste geval is natuurlijk de grote vraag: wie *bepaalt* dan wat dat goede, verstandige of juiste gedrag is? In eerste en laatste instantie is het antwoord op deze vraag tamelijk eenvoudig: dat is aan de politiek. In een representatieve democratie beslist het parlement in naam van ons allen *of* bepaalde keuzes of gedragingen onderwerp dienen te zijn van overheidsbemoeienis, en zo ja, *welke* gedragsopties dan beschouwd moeten worden als wenselijk of juist onwenselijk. In dat licht is de pretentie van deze Verkenning bescheiden. Het is 'slechts' een overzicht van gedragswetenschappelijke kennis die kan bijdragen aan betere antwoorden op de 'technische' vervolgvraag hoe door de politiek vastgestelde doelen zo goed mogelijk kunnen worden verwezenlijkt.

De gereedskapskist

Hoe we de inzet van psychologische sturing normatief moeten waarderen, lijkt dus in eerste instantie meer een discussie over middelen dan over doelen. En dan is een oude grap van de Marx-brothers van toepassing:

*"Groucho, how's your wife?"
"Compared to what?"*

In de praktijk van de beleidsvorming zal het namelijk meestal gaan om de vraag hoe deze vorm van sturing zich verhoudt tot de 'concurrentie', te weten wetgeving, financiële prikkels, informatie of overtuigende communicatie. Nu zullen veel mensen bij een vergelijking tussen de verschillende instrumenten op normatieve aspecten, misschien niet meteen denken aan effectiviteit en efficiency. Toch zijn die criteria wel relevant. Als bijvoorbeeld een slimme keuzearchitectuur een doelmatiger sturingsmiddel blijkt dan de momenteel ingezette middelen, is het dan moreel wel verdedigbaar voort te gaan met de huidige ineffectieve of inefficiënte inzet van instrumenten? Is dat geen onzorgvuldig beheer van schaarse collectieve middelen, die ook aan andere lovenswaardige zaken besteed zouden kunnen worden?

Een bezwaar dat vaker wordt vernomen, is dat welbewuste en zichtbare sturing door middel van keuzearchitectuur of andere psychologische middelen 'betuttelend' is. Die kanttekening is op zich juist maar ook nogal triviaal, want *alle* sturingsinstrumenten van de overheid zijn 'betuttelend'. *Alle* vormen van sturing impliceren een norm over wat goed en juist is, en hebben tot oogmerk dat burgers zich aan die norm conformeren. Bovendien zijn wetgeving of financiële prikkels daarin vaak een stuk dwingender dan psychologische sturing, want wie zich bij die instrumenten niet aan de norm houdt, wacht een financiële tegenvaller of zelfs

gevangenisstraf. Verder, zoals in paragraaf 2 betoogd, kan de overheid keuzes ook nooit volledig neutraal aan burgers voorleggen. Van de keuzearchitectuur gaat altijd een meer of minder krachtig duwtje uit. De relevante vraag is derhalve niet of ‘betutteling’ acceptabel is of niet, maar *welke mate* van betutteling acceptabel is en met welke instrumenten.

Dat leidt naar een ander belangrijk punt. Het idee lijkt nogal eens te heersen dat méér keuzevrijheid altijd beter is. Deze bundel maakt echter duidelijk dat een teveel aan keuzes kan leiden tot keuzestress en – gemeten naar iemands eigen belangen! – suboptimale keuzes. Zou het misschien kunnen dat sommige mensen het eigenlijk best prettig vinden als de overheid een handje helpt door aan te geven wat volgens haar de meest verstandige keuze is? Tocqueville schreef het al. Mensen in een democratische samenleving “worden onophoudelijk gedreven door twee strijdige hartstochten: ze willen geleid worden en ze willen vrij blijven.”²⁶ Is een vorm van sturing waarin keuzevrijheid wordt gecombineerd met lichte duwtjes de goede kant op, dan niet juist een ideale middenweg?

Wellicht. Maar hoe ver mag men gaan met dit instrument? Is het zo dat als de doelen eenmaal door het parlement zijn vastgesteld, voor de instrumentatie geldt dat – binnen de grenzen van de rechtstaat – *anything goes*? De voorlichtingswereld biedt een parallel. Daar is de praktijkregel gegroeid dat de overheid alleen grootschalige overtuigende communicatie mag inzetten bij aanvaard beleid dat niet controversieel is, bijvoorbeeld tegengaan van roken. Maar er zijn grenzen. Enige jaren terug werd een Postbus 51-spotje uitgezonden waarin een zoon zijn vader een klap verkocht. “Maar ik rook niet!” De bedoeling was niet-roken een stoer imago te geven, maar velen vonden het spotje smakeloos en daarom werd het van de buis gehaald. Geldt er ook zoiets met betrekking tot keuzearchitectuur of (andere) vormen van psychologische beïnvloeding? Wanneer overschrijdt men de grenzen van de betamelijkheid dan wel ‘goede smaak’? Kan men ook te ver gaan?

Dit laatste leidt toch tot een principieel voorbehoud. Zoals gezegd gaat het er in eerste instantie om hoe het instrument van keuzearchitectuur en (andere) vormen van psychologische sturing zich verhouden tot de ‘concurrerende’ instrumenten. In negen van de tien gevallen zal dat de praktische vraag zijn waarvoor beleidsmakers staan. Maar er zijn toch bepaalde grenzen. Het doel heiligt niet de middelen. In ieder geval in theorie is het denkbaar dat sommige vormen van beïnvloeding door psychologische sturing zo extreem zijn, dat zij in zichzelf moreel onaanvaardbaar zijn. Soms is het gereedschap op zichzelf verwerpelijk. De vraag is waar die morele grens ligt.

Onzichtbaarheid versus transparantie

Daarmee komen we op één onderdeel waarin keuzearchitectuur en andere vormen van psychologische sturing wezenlijk verschillen van de andere instrumenten,

namelijk de onzichtbaarheid van hun ‘werkzame bestanddeel’. Het gaat om ‘duwtjes’ waarvan mensen zich niet of nauwelijks bewust zijn, om onbewuste activering van doelen en normen, et cetera.

Enerzijds ligt hier een grote kracht van het instrument. Het biedt bijvoorbeeld grote voordelen ten opzichte van overtuigende communicatie. Als steeds weer hardop wordt geroepen dat het verstandig is gezond te leven, kan dat stigmatiserend uitwerken voor wie – om wat voor reden ook – niet kan of wil voldoen aan die oproep. Als men echter zwijgt, maar ondertussen de omgeving zo inricht dat gezond eten de makkelijke keus wordt, kan wellicht hetzelfde resultaat worden bereikt zonder het risico van stigmatisering. Anderzijds schuilt ook precies hier de zwakte. Het is precies dit element van onuitgesproken beïnvloeding en onzichtbaarheid dat argwanend maakt. Is dit niet in wezen een vorm van manipulatie? Wordt hier niet opzettelijk het bewuste omzeild om mensen te bewegen tot keuzes die ze eigenlijk niet willen? Het is niet voor niets dat subliminale reclame in Nederland verboden is.

Nu moet men allereerst de gevaren van manipulatie niet nodeloos opblazen. Zo kiezen gemeenten er steeds vaker voor graffiti of *broken windows* actief tegen te gaan, omdat bekend is dat mensen in een ordelijke omgeving minder snel normoverschrijdend gedrag vertonen dan in een wanordelijke omgeving. Strikt genomen is dat een zuiver geval van manipulatie via onbewuste psychologische processen. Het is echter moeilijk voorstelbaar dat veel mensen hiertegen bezwaar zullen maken. Tegelijk is evident dat voorkomen moet worden dat de overheid kan afglijden naar kwalijke vormen van manipulatie. Thaler en Sunstein (2008) zoeken het antwoord op dit gevaar in transparantie. Conform het *publicity principle* van Rawls zou de overheid moeten afzien van elk beleid en elke sturingspoging die zij niet publiekelijk kan of wil verdedigen. Als bepaalde vormen van ‘manipulatie’ het politieke daglicht niet kunnen verdragen, begin er dan niet aan. Dit lijkt een verstandig uitgangspunt. Zoals eerder bepleit, zou de vormgeving van keuzes op gebied van zaken als het Elektronisch Patiënten Dossier onderdeel moeten zijn van politiek overleg. Pas als het parlement hiermee heeft ingestemd, is het legitiem.

Met het antwoord van Thaler en Sunstein zijn echter nog niet alle problemen opgelost. Het is niet duidelijk wat het operationeel betekent. Hoe hun algemene uitgangspunt te vertalen naar praktische garanties tegen onaanvaardbare manipulatie? Onduidelijk is bijvoorbeeld met welke frequentie en op welk aggregatieniveau de overheid verantwoording zou moeten afleggen over deze vormen van sturing. Is een eenmalig parlementair debat over het principe genoeg? Of moet bij elke concrete uitwerking hiervan steeds opnieuw toestemming aan de volksvertegenwoordiging worden gevraagd? En op welk *moment* moet men hierover precies hierover communiceren? In een zo vroeg mogelijk stadium van beleidsvorming,

pas tijdens het stadium van de uitvoering of ergens daar tussenin? En geldt hier eigenlijk een passieve verantwoordingsplicht of een actieve?

En zeker zo belangrijk: hoe om te gaan met andere partijen die gebruikmaken van psychologische sturing? In dit boek is vooral gesproken over de beïnvloedingspogingen van de overheid, maar mensen worden van alle kanten bestookt door partijen die iets van hen willen. In het verleden zijn duizenden mensen het schip in gegaan, doordat financiële dienstverleners hun producten hebben verkocht die veel onvoordeliger waren dan het leek. Stel dat zulke verkopers 'slimme keuzearchitectuur' als nieuw middel gebruiken om mensen te verleiden tot aanschaf van riskante financiële producten, mag dat dan? Of dat aanbieders van *fast food* de inzichten uit dit boek gebruiken om hun heerlijkheden aan de man te brengen. Is dat toegestaan? Of moet de overheid bepaalde grenzen stellen? Hoe wordt gegarandeerd dat ook deze commerciële partijen transparantie betrachten?

Wat zijn eigenlijk op langere termijn de gevolgen van verdere ontwikkeling van kennis over psychologische sturing? De ervaring leert dat de groei van nieuwe technische kennis en meetinstrumenten gepaard gaat met een zeker 'kolonialisme'. Als het eenmaal mogelijk is om bepaalde kenmerken van individuen te meten en beïnvloeden, kan de overheid vaak nauwelijks de verleiding weerstaan om die ook tot object van sturing te maken – overigens niet zelden nadat een veld van betrokken professionals daarop sterk heeft aangedrongen (Miller en Rose 2008). Ze komen in de 'bemoeisfeer' van de overheid, vaak zonder dat eerst de principiële vraag is beantwoord of de overheid zich wel *mag* bemoeien met die kenmerken. In die zin is de voorstelling waarmee deze paragraaf begon, namelijk dat eerst de politiek de doelen bepaalt en pas daarna de bijpassende middelen om die te realiseren worden gezocht, zeker niet het hele verhaal. De praktijk laat steeds weer zien dat het beschikbaar komen van bepaalde middelen ook leidt tot nieuwe politieke doelen. Hiermee verwant is het verschijnsel van *function creep*. Beïnvloedingstechnieken die aanvankelijk voor duidelijk omschreven en lovenswaardige doelen werden ontwikkeld – bijvoorbeeld tegen gaan van verslaving – worden gaandeweg ook toegepast op domeinen waarvoor zij helemaal niet bedoeld waren, vaak zonder dat iemand dat had voorzien. Is dat wel altijd wenselijk? Hoe kan men verstandig met deze onvoorspelbare dynamiek omgaan?

'De verstandige keuze'

Tot slot, er is één klassieke vraag, die vroeg of laat opkomt bij iedereen die zich met de materie uit dit boek bezighoudt: wie kent eigenlijk iemands belang het beste? Deze paragraaf begon met de stelling dat in een representatieve democratie uiteindelijk de politiek bepaalt wat 'de beste keus' is. Dat is weliswaar juist, maar niet echt een antwoord op deze klassieke vraag. Het gaat ook voorbij aan de diepere betekenis van de – toch enigszins verontrustende – bevindingen uit dit boek:

mensen blijken beperkt rationeel, beperkt wilskrachtig, raken gestresst van te veel keus en kennen vaak hun eigen beweegredenen niet (actor-intransparantie). Ze hebben zelfs geen goed inzicht in wat hen gelukkiger maakt. Zo denken nogal wat Westerse mensen dat vooral meer geld verdienen zal leiden tot groter geluk, maar in werkelijkheid blijkt betekenisvolle verbondenheid met familie en vrienden veel belangrijker voor hun geluk (Lane 2000). Kortom, mensen maken regelmatig keuzes die – gemeten naar hun eigen belangen! – niet optimaal zijn, en soms zelfs uitgesproken dom lijken.

Wat moeten we nu met deze constatering? Zoals bekend zijn er in het verleden grote rampen voortgevloeid uit het idee dat bepaalde verlichte geesten beter zouden weten wat burgers willen dan de burgers zelf. Die fout moet beslist niet opnieuw worden gemaakt. Niemand zit te wachten op een technocratie, waarin gedragswetenschappers die met geavanceerde instrumenten kunnen meten wat mensen ‘echt’ willen, als een soort moderne koning-filosofen het voor het zeggen krijgen. Dat is helder. Een stuk lastiger daarentegen is de vraag wat nu precies de rechtvaardiging is voor de stelling dat – *all things considered* – uiteindelijk niemand zo goed kan beoordelen wat in zijn belang is als de burger zélf. Na lang wikken en wegen concludeert de politiek filosoof Robert Dahl dat “[i]n the absence of a compelling showing of the contrary everyone should be assumed to be the best judge of his or her own good interests”. Dit noemt hij de *presumption of personal autonomy*. Het is echter geen hard en onfeilbaar principe, maar een ervaringsregel waarop uitzonderingen mogelijk zijn. “But it does tell us where the burden of proof must lie when a claim is made for an exception, that is, for replacing personal autonomy by a paternalistic authority.” (Dahl 1989: 100-101). En een andere politiek filosoof, te weten Isaiah Berlin, stelt dat wanneer mensen dan tóch worden gedwongen tot een ander gedrag dan zij zeggen te willen, deze dwang in ieder geval als zodanig moet worden erkend. „Het is één ding te stellen dat ik voor mijn eigen bestwil tot iets zou moeten worden gedwongen, wat ik vanwege te grote blindheid zelf niet inzie: dit kan werkelijk in mijn voordeel zijn; het kan zelfs mijn vrijheid vergroten. Maar het is heel wat anders in zo’n geval te zeggen dat er helemaal geen dwang wordt uitgevoerd, omdat ik het zelf zo zou willen, al ben ik mij hiervan misschien niet bewust...“ (Berlin 1958: 55). Dat laatste is een heilloze ‘verdwintruc’ waardoor niet meer benoembaar is wat er feitelijk gebeurt, en die wel moet leiden tot onvrijheid.

Dit zijn wijze woorden. Wat de stellingnames van beide denkers met elkaar gemeen hebben, is dat zij impliceren dat dialoog en verantwoording onmisbaar zijn. Hier komen de politieke filosofie en de inzichten uit deze Verkenning samen. Wat iemand doet, staat niet per definitie gelijk aan wat hij wil, en wat zijn beweegredenen en belangen zijn, is niet altijd onmiddellijk duidelijk voor hemzelf. Vaak zullen deze in debat met anderen *geconstrueerd* moeten worden. Het laatste woord daarover ligt vanzelfsprekend bij de persoon in kwestie. In de

regel hebben mensen er echter voordeel bij dat laatste woord pas uit te spreken na reflectie en uitwisseling van argumenten en bewijzen.

13.6 TOT SLOT

In de kern is dit een optimistisch boek. Misschien niet voor iedereen, want wie de mens altijd heeft beschouwd als een hoogst individueel en autonoom subject dat welbewust zijn eigen leven vormgeeft, zal toch zijn ideeën moeten bijstellen. Veel van onze keuzes worden, zonder dat we het ons realiseren, beïnvloed door allerlei signalen en factoren in onze omgeving. De mens is meer dan we misschien willen geloven een *heteronoom* subject. Dit woord betekent het tegenovergestelde van autonoom. Dat aanmerkelijk minder mensen het woord zullen kennen, is wellicht een teken aan de wand.

Maar voor wie erkent dat mensen onvermijdelijk zijn ingebed in een omgeving die hen beïnvloedt, openen zich ook nieuwe perspectieven. Ten eerste voor het individu zelf, want wie eenmaal begrijpt hoe deze invloed werkt, kan die ook gebruiken om beter zijn eigen doelen te realiseren. Iemand kan bijvoorbeeld slimme vormen van zelfbinding creëren of implementatie-intenties formuleren, en op die wijze zijn omgeving als ‘bondgenoot’ inschakelen om te helpen van ongewenste gewoontes af te komen. Ten tweede voor de samenleving als geheel. Zoals op de eerste pagina van de introductie werd gesteld, staat onze samenleving voor enkele grote problemen – bijvoorbeeld op het gebied van gezondheid of milieu – die alleen kunnen worden opgelost als mensen duurzaam andere keuzes gaan maken. Keuzearchitectuur en sociale en fysieke omgeving kunnen daarbij helpen. Zij bieden nieuwe mogelijkheden om belangrijke maatschappelijke doelen beter te verwezenlijken.

NOTEN

- 1 Mensen denken over het algemeen vaker dan terecht is dat het gedrag van anderen voorkomt uit hun predisposities en niet uit de situatie. Deze inschattingsfout staat bekend als de fundamentele attributiefout.
- 2 In veel literatuur wordt ook wel gesproken van het C-systeem en het X-systeem. Deze afkortingen staan voor het *refleCtive system* en het *refleXive system*. Zie Lieberman 2007.
- 3 Zie bijvoorbeeld Dijksterhuis 2007.
- 4 Vertaling auteur van '*Nos contemporaines sont incessamment travaillées par deux passions ennemies: il sentent le besoin d'être conduits et l'envie de rester libres*' Tocqueville (1990: 268).

BIBLIOGRAFIE

- Akerlof, G.A. en Shiller R.F. (2009) *How Human Psychology Drives the Economy, and Why It Matters for Global Capitalism*, Princeton: Princeton University Press.
- Berlin, I. (1958) *Twee opvattingen van vrijheid*, Amsterdam: Uitgeverij Boom.
- Dahl, R.A. (1989) *Democracy and its critics*, New Haven: Yale University Press.
- Dijksterhuis, A.J. (2007) *Het slimme onbewuste: denken met gevoel*, Amsterdam: Bakker.
- Elster, J. (2007) *Explaining social behavior: More nuts and bolts for the social sciences*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Friedman, M. (1953) 'The methodology of positive economics' in M. Friedman (red.) *Essays in Positive Economics*, Chicago: University of Chicago Press.
- Lane, R.E. (2000) *The loss of happiness in market democracies*, New Haven: Yale University Press.
- Lieberman, M.D. (2007) 'The X- and C-systems: The neural basis of automatic and controlled social cognition' in E. Harmon-Jones en P. Winkielman (red.) *Social Neuroscience: Integrating Biological and Psychological Explanations of Social Behavior*, New York: The Guilford Press.
- Miller, D.T. (1999) 'The norm of self-interest', *American Psychologist* 54: 1053-1060.
- Miller, P. en Rose, N.S. (2008) *Governing the present: administering economic, social and personal life*, Cambridge: Polity Press.
- Thaler, R.H. en Sunstein, C.R. (2008) *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*, New Haven: Yale University Press.
- Vrin, J. en Tocqueville, A. de (1840/1990) *De la démocratie en Amérique II*. Parijs: Librairie philosophique.

OVER DE AUTEURS

Henk Aarts

Henk Aarts is opgeleid als experimenteel sociaal psycholoog aan de Radboud Universiteit Nijmegen. Hij haalde hier in 1996 zijn doctoraat op grond van een proefschrift over gewoonte en beslissen. Hij werkte aan de Technische Universiteit Eindhoven en de Universiteit Leiden. Sinds 2004 is hij hoogleraar sociale psychologie aan de Universiteit Utrecht. Zijn werk behandelt verschillende onderwerpen gerelateerd aan de rol van doelen in automatische processen van sociale cognitie en gedrag, en heeft zowel fundamentele als toegepaste publicaties opgeleverd. Een recente bevinding van zijn onderzoeksprogramma is dat, anders dan vaak wordt aangenomen, bewuste intenties geen sterke causale rol vervullen bij gedrag en dat mensen doelen kunnen afleiden uit hun eigen gedrag en uit dat van anderen. Hoewel doelen een cruciale rol spelen voor menselijk gedrag, suggereert dit onderzoek dat deze doelen buiten het bewustzijn om hun werk doen. In zijn onderzoek probeert hij de kernaspecten van dit belangrijke en intrigerende onderwerp te ontrafelen.

Kees van den Bos

Kees van den Bos verwierf in 1996 zijn doctorstitel aan de Rijksuniversiteit te Leiden (cum laude). Hierna heeft hij vele prijzen en subsidies in de wacht gesleept, waaronder de ASPO dissertatieprijs en een Vici-beurs van NWO. Zijn werk heeft inmiddels meer dan honderd publicaties opgeleverd. Sinds 2001 is hij hoogleraar sociale psychologie aan de Universiteit Utrecht en hij werkt daar onder meer als voorzitter van de afdeling sociale en organisatiepsychologie. In zijn onderzoek gaat hij na hoe maatschappelijke conflicten ontstaan en voorkomen kunnen worden. Fundamenteel onderzoek toont het belang van persoonlijke onzekerheid hierbij aan (onzekere mensen veroorzaken eerder conflicten) en van rechtvaardigheid (mensen die rechtvaardig behandeld worden zullen minder conflicten veroorzaken en conflicten eerder oplossen). Deze inzichten past hij toe in beleidsrelevante aanbevelingen, onder meer op het gebied van klachten en protestgedrag van burgers (in samenwerking met de Nationale ombudsman) en het verklaren en veranderen van extremistisch gedrag en sympathie voor terroristisch geweld onder jongeren (advies aan Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding).

Bram Buunk

Abraham (Bram) P. Buunk is sociaal psycholoog en lid van de Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen (KNAW), en sinds 2005 Akademiehoogle-
raar Evolutionaire Sociale Psychologie namens de KNAW. Hij is verbonden aan de Rijksuniversiteit Groningen en aan universiteiten in Zuid-Amerika en Spanje. Hij heeft onder meer onderzoek gedaan naar de sociaal psychologische aspecten van werkstress en ziekteerzuim, AIDS-preventie, onderwijsproblematiek, kwaliteit

van leven bij kankerpatienten, en succesvol ouder worden. Tegenwoordig ligt zijn primaire belangstelling bij de evolutionaire benadering van menselijke gedrag. Bram Buunk was onder meer lid van Wetenschappelijke Adviesraaden van het AIDS-fonds, van de Wetenschappelijke Raad voor de Sociale Oncologie van de Nederlandse Kankerbestrijding, en van de Programmacommisie Evolutie en Gedrag (NOW). Hij is voorzitter van het bestuur van de KNAW Van der Gaag Stichting, en lid van de Sociaal Wetenschappelijke Raad van de KNAW. In 2009 werd hij benoemd tot Ridder in de Orde van de Nederlandse Leeuw.

Eric van Dijk

Eric van Dijk is hoogleraar sociale psychologie aan de Universiteit Leiden en onderzoeksdirecteur van het Kurt Lewin Instituut. Na aan de Rijksuniversiteit Groningen de studies economie en sociale psychologie voltooid te hebben combineerde hij in zijn dissertatie (1993, cum laude) beide onderzoeksvelden in zijn studies naar sociale dilemma's, situaties waarbij collectief en individueel belang strijdig zijn (bijv. de milieuproblematiek). Ook zijn verdere onderzoek beweegt zich op het grensvlak van de economie en psychologie. Met behulp van vooral experimenteel onderzoek bestudeert hij naast sociale dilemma's onderwerpen als gedrag in onderhandelingen, de rol van emoties bij beslissingen en het belang van rechtvaardigheid (versus eigenbelang).

Krispijn Faddegon

Krispijn Faddegon studeerde biologische psychologie aan de Vrije Universiteit Amsterdam, waar hij zich bezighield met de genetische en neurologische achtergrond van gedrag. Na een tussenstop als beleidsonderzoeker werkte hij aan een promotie bij sociale psychologie aan de Universiteit Leiden. In zijn proefschrift onderzocht hij zelfregulatie in de context van groepsprocessen. Zijn wetenschappelijke interesses liggen zowel bij fundamentele onderwerpen zoals groepsprocessen, zelfregulatie, beslisprocessen en de biologische achtergronden van gedrag, als bij toegepaste onderwerpen zoals gezondheidswetenschap en keuzegedrag. Sinds 2008 werkt hij als wetenschappelijk medewerker bij de WRR aan het project Keuze, Gedrag en Beleid.

Kees Keizer

Kees Keizer is docent-onderzoeker aan de Rijksuniversiteit Groningen. Zijn wetenschappelijke belangstelling gaat uit naar de invloed van normen en regels op gedrag. Zijn promotieonderzoek richt zich op het effect van de (sociale) omgeving op de invloed van normen en regels. Dit onderzoek leidde reeds tot een publicatie in het gerenommeerde *Science*. In het onderzoek laat hij samen met Siegwart Lindenberg en Linda Steg zien dat het observeren van norm overtredend gedrag door anderen de invloed van (andere) normen en regels op het gedrag vermindert (het zogenaamde *cross-norm* inhibitie-effect). Andere interesses zijn bijvoorbeeld consumentengedrag, en (on-)ethisch gedrag in organisaties.

Vasily Klucharev

Vasily Klucharev is gepromoveerd als fysioloog aan de universiteit van Sint-Petersburg, Rusland en nu werkzaam op het gebied van de cognitieve neurowetenschappen. Sinds november 2004 is hij als postdoc werkzaam aan de Rotterdam School of Management (RSM), Erasmus Universiteit en tevens verbonden aan het Donders Institute for Brain, Cognition and Behaviour: Center for Cognitive Neuroimaging, Radboud Universiteit Nijmegen. Zijn onderzoeksinteresse betreft de affectieve en sociale neurowetenschappen, in het bijzonder welke hersenprocessen betrokken zijn bij (sociale) beïnvloeding. Hij is medeonderzoeksleider van het Erasmus Center for Neuroeconomics. Hij heeft gepubliceerd in *Neuron*, *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, *International Journal of Psychophysiology*, *Neuroreport* en *Brain Research: Cognitive Brain Research*.

Siegwart Lindenberg

Siegwart Lindenberg (dissertatie Harvard, 1971) is hoogleraar cognitieve sociologie aan de Rijksuniversiteit Groningen. Hij is een van de directeurs van het Interuniversitair Centrum voor Sociaal-Wetenschappelijke Theorie en Methodologie (ICS) en lid van de Koninklijk Nederlandse Academie van Wetenschappen (KNAW). Zijn wetenschappelijke interesse ligt op het gebied van de microfundamenten van theorieën over collectieve fenomenen, zoals theorie over modelbouw, sociale rationaliteit en theorie over menselijke doelen en welzijn. Daarnaast heeft hij sterke belangstelling voor groepen en relaties, en dan met name de theorie van interdependenties (functionele, cognitieve, en structurele) en de theorie van onderling delen en gezamenlijke productie.

Thomas Pollet

Thomas Pollet studeerde sociologie (Universiteit Antwerpen en Universiteit Gent) en evolutionaire psychologie (University of Liverpool). Hij behaalde zijn doctoraat aan het Centre for Behaviour and Evolution van de Universiteit van Newcastle in Engeland onder de supervisie van Daniel Nettle. Sinds 2008 is hij verbonden aan de vakgroep evolutionaire sociale psychologie als universitair docent. Hij heeft gepubliceerd over verschillende onderwerpen binnen de evolutionaire psychologie zoals partnerkeuze, reproductief gedrag, familiërelaties, geboortetang en lichaamslengte. Momenteel werkt hij aan verscheidene onderzoeksprojecten, onder andere over sociale netwerk structuur, lichaamslengte en status, ouderlijke investering, steeds vanuit een evolutionaire invalshoek.

Tom Postmes

Tom Postmes is hoogleraar sociale psychologie aan de Rijksuniversiteit Groningen en de University of Exeter. Zijn onderzoek bestudeert gedrag in verschillende soorten groepen, waaronder 'gewone' teams, maar ook virtuele groepen en gemeenschappen, organisaties en massagedrag. In dit onderzoek staat de invloed van normen, zelfbeeld en identiteit op ons sociale (en soms a-sociale) gedrag

centraal. Samen met zijn collega's zoekt Tom Postmes naar een antwoord op de vraag hoe deze normen en identiteiten ontstaan en veranderen. Als erkenning voor zijn werk ontving hij diverse internationale prijzen en subsidies, onder meer van de KNAW, NWO, de Economic and Social Research Council (UK) en de National Science Foundation (vs).

Jan Potters

Jan Potters is afgestudeerd als econometrist en gepromoveerd aan de Universiteit van Amsterdam op een proefschrift over lobbyen. Thans is hij hoogleraar aan de faculteit economie en bedrijfswetenschappen van de Universiteit van Tilburg. Hij is medeoprichter van het Tilburg Institute for Behavioral Economics Research (Tiber), Research Fellow van het Network for Studies on Aging and Retirement (Netspar), en een van de projectleiders van het Netspar Theme 'The Economics and Psychology of Life Cycle Decision Making'. Hij heeft zich gespecialiseerd in de experimentele economie; een onderzoeksmethode waarbij proefpersonen beslissingen nemen in een gecontroleerde (laboratorium)omgeving. Hij gebruikt deze methode onder meer om de psychologische invloeden op economisch gedrag in kaart te brengen, om sociaal en strategisch gedrag beter te begrijpen en om de werking van markten te onderzoeken. Dit onderzoek doet hij in het CenterLab in Tilburg, waarvan hij ook wetenschappelijk directeur is.

Henriëtte Prast

Henriëtte Prast is sinds januari 2008 lid van de WRR. Zij leidt hier het project Keuze, Gedrag en Beleid. Henriëtte Prast studeerde algemene economie aan de Vrije Universiteit van Amsterdam. In 1996 promoveerde zij op het proefschrift *Essays on Inflation, Unemployment and Central Banking*. Zij bekleedt sinds 2005 de leerstoel persoonlijke financiële planning aan de faculteit economie en bedrijfswetenschappen aan de Universiteit van Tilburg. Tevens is zij Netspar Research Fellow en lid van het onderzoeksteam van het Netspar Theme 'The Economics and Psychology of Life Cycle Decision Making.' Tot oktober 2007 was zij als onderzoeker werkzaam bij De Nederlandsche Bank. Daarnaast is zij actief als columnist.

Guido Rijnja

Guido Rijnja is kennisadviseur bij de Academie voor Overheidscommunicatie, onderdeel van de Dienst Publiek en Communicatie (ministerie van Algemene Zaken). Eerder was hij onder meer werkzaam als communicatieadviseur bij de gemeenten Den Haag en Rotterdam en de ministeries van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties en Justitie. Hij publiceerde over het imago van de overheid ('De overheid heeft het altijd gedaan', met Robbert Coops), over narratieve methoden ('Storytelling', met Ron van der Jagt) en over framing ('De kracht van de kernboodschap', met Vera de Witte). Hij werkt aan een promotieonderzoek over de wijze waarop beleidsambtenaren omgaan met negatieve publieksreacties.

Erwin Seydel

Erwin Seydel is hoogleraar toegepaste communicatiewetenschap aan de Universiteit Twente en was tot voor kort ook hoogleraar organisationele communicatie aan de Vrije Universiteit. Hij is gasthoogleraar aan enkele buitenlandse universiteiten en heeft een adviesfunctie 'strategische communicatie' bij de Verenigde Naties. Op dit moment is Seydel voorzitter van de vakgroep 'psychologie en communicatie' en wetenschappelijk directeur van het 'Institute for Behavioral Research' van de Universiteit Twente. Hij maakte deel uit van verschillende door het kabinet ingestelde commissies. Hij treedt regelmatig op als discussieleider en voorzitter bij congressen en geeft veel (key-note)lezingen over leiderschap, bestuurlijke veranderingsprocessen en de invloed van media. Seydel wordt regelmatig gevraagd om over bovengenoemde thema's commentaar te geven in de media.

Maureen Sie

Maureen Sie is als *associate professor* (UHD) verbonden aan de Faculteit Wijsbegeerte van de Erasmus Universiteit Rotterdam. Eind 2008 ontving zij de prestigieuze VIDI-beurs waarmee zij begin 2009 een onderzoeksgroep start met als focus het belang van reflectie, bewustzijn en 'bewuste controle' voor moraliteit. Dit onderzoek beweegt zich op het snijvlak van hedendaags onderzoek in de gedrags, cognitie en neurowetenschappen, enerzijds, en discussies in de handelings en moraalfilosofie, anderzijds. Eerder publiceerde zij in tal van internationale tijdschriften over morele verantwoordelijkheid, autonomie en vrije wil. Tevens verscheen van haar hand in 2005 het boek *Justifying Blame. Why Free Will Matters and Why it does not* (VIBS, Rodopi) en in 2004 de wetenschappelijke bundel *Reasons of one's Own* (Ashgate) co-edited with Bert van den Brink en Marc Slors. Zij studeerde en promoveerde (1999) aan de Universiteit van Utrecht als OIO op een door NWO gefinancierd onderzoek naar morele verantwoordelijkheid.

Ale Smidts

Ale Smidts is hoogleraar marktonderzoek aan de Rotterdam School of Management (RSM), Erasmus Universiteit, en sinds 2004 wetenschappelijk directeur van het Erasmus Research Institute of Management (ERIM). Hij heeft onder andere gepubliceerd over besluitvorming onder risico, over de reacties van klanten op vertragingen en wachten, en over de invloed van interne communicatie op de identificatie van medewerkers met hun organisatie. De laatste jaren richt hij zijn onderzoek op het nieuwe interdisciplinaire vakgebied van de neuroeconomics, waarin hij in het Erasmus Centre for Neuroeconomics samenwerkt met neurowetenschappers van het Donders Institute for Brain, Cognition and Behaviour, Radboud Universiteit Nijmegen. Artikelen van hem zijn verschenen zowel in de management literatuur zoals *Management Science*, *Academy of Management Journal*, *Marketing Science* en *Journal of Consumer Psychology* als in medische tijdschriften zoals *Heart*, *Social Cognitive & Affective Neuroscience* en *Neuron*.

Diederik Stapel

Diederik Stapel is hoogleraar consumentenwetenschap aan de Universiteit van Tilburg en oprichter en co-director van TIBER (Tilburg Institute for Behavioral Economics Research). Diederiks wetenschappelijke interesse is breed en omvat onder meer normactivatie, motivationele processen, indruksvorming, zelfregulatie, emotieregulatie, en stereotypering. Sinds kort houdt hij zich bezig met een serie projecten die zich richten op de vraag hoe 'consumption cues' (consumentisme) kunnen leiden tot egocentrisme, ongezond gedrag en intellectuele prestaties kunnen beïnvloeden.

Linda Steg

Linda Steg is adjunct hoogleraar omgevingspsychologie aan de Rijksuniversiteit Groningen. Haar onderzoek richt zich op het verklaren en veranderen van milieugedrag, in het bijzonder huishoudelijk energiegebruik en autogebruik. Ze is vooral geïnteresseerd in de invloed van normen, waarden en morele overwegingen op milieugedrag. Linda Steg is fellow van het Energy Delta Research Centre van de Rijksuniversiteit Groningen, president-elect van divisie 4 'Environmental Psychology', en penningmeester van divisie 13 'Traffic and Transport Psychology' van de International Association of Applied Psychology (IAAP).

Casper Thomas

Casper Thomas volgde een masteropleiding Europese geschiedenis aan *University College London*. Zijn bachelor graad in de *liberal arts* behaalde hij op *University College Maastricht*. Hij is als wetenschappelijk medewerker verbonden aan de WRR. Daarvoor was hij werkzaam als redacteur bij weekblad *De Groene Amsterdammer*.

Will Tiemeijer

Will Tiemeijer is afgestudeerd als Neerlandicus en werkte van 1989 tot 2005 bij het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen in diverse functies, met name op gebied van communicatie. In 2006 promoveerde hij op het proefschrift *Het geheim van de burger; over staat en opinieonderzoek*, dat werd bekroond met de Van Poelje Jaarprijs van de Vereniging van Bestuurskunde. Will Tiemeijer schreef diverse publicaties over opinieonderzoek, waaronder een boek voor het grote publiek genaamd *Wat 93,7 procent van de Nederlanders moet weten over opiniepeilingen*. Sinds 2007 werkt hij bij de WRR als wetenschappelijk medewerker.

Marcel Zeelenberg

Marcel Zeelenberg is hoogleraar economische psychologie aan de Universiteit van Tilburg en oprichter en co-director van TIBER (Tilburg Institute for Behavioral Economics Research). Marcel onderzoekt hoe consumenten omgaan met onzekerheid en hoe emoties hun gedrag beïnvloeden

Jasper Zuure

Jasper Zuure studeerde sociale en organisatiepsychologie aan de Universiteit Leiden. Tijdens zijn studie richtte hij zich met name op massapsychologie en collectief gedrag. Tevens was hij voorzitter van de VeerStichting, student-assistent aan de Universiteit Leiden en liep hij stages bij een reclamebureau en de WRR. Nadat hij in februari 2009 cum laude afstudeerde trad hij in dienst bij de WRR als wetenschappelijk medewerker van het project Keuze, Gedrag en Beleid. Daarnaast werkt hij sinds kort als buitenpromovendus aan een promotietraject over massapsychologie, collectief gedrag en politiek.

RAPPORTEN AAN DE REGERING

Eerste raadsperiode (1972-1977)

- 1 Europese Unie
- 2 Structuur van de Nederlandse economie
- 3 Energiebeleid
Gebundeld in één publicatie (1974)
- 4 Milieubeleid (1974)
- 5 Bevolkingsgroei (1974)
- 6 De organisatie van het openbaar bestuur (1975)
- 7 Buitenlandse invloeden op Nederland: Internationale migratie (1976)
- 8 Buitenlandse invloeden op Nederland: Beschikbaarheid van wetenschappelijke en technische kennis (1976)
- 9 Commentaar op de Discussienota Sectorraden (1976)
- 10 Commentaar op de nota Contouren van een toekomstig onderwijsbestel (1976)
- 11 Overzicht externe adviesorganen van de centrale overheid (1976)
- 12 Externe adviesorganen van de centrale overheid (1976)
- 13 Maken wij er werk van? Verkenningen omtrent de verhouding tussen actieven en niet-actieven (1977)
- 14 Interne adviesorganen van de centrale overheid (1977)
- 15 De komende vijfentwintig jaar – Een toekomstverkenning voor Nederland (1977)
- 16 Over sociale ongelijkheid – Een beleidsgerichte probleemverkenning (1977)

Tweede raadsperiode (1978-1982)

- 17 Etnische minderheden (1979)
A. Rapport aan de Regering
B. Naar een algemeen etnisch minderhedenbeleid?
- 18 Plaats en toekomst van de Nederlandse industrie (1980)
- 19 Beleidsgerichte toekomstverkenning
Deel 1: Een poging tot uitlokking (1980)
- 20 Democratie en geweld. Probleemanalyse naar aanleiding van de gebeurtenissen in Amsterdam op 30 april 1980
- 21 Vernieuwingen in het arbeidsbestel (1981)
- 22 Herwaardering van welzijnsbeleid (1982)
- 23 Onder invloed van Duitsland. Een onderzoek naar gevoeligheid en kwetsbaarheid in de betrekkingen tussen Nederland en de Bondsrepubliek (1982)
- 24 Samenhangend mediabeleid (1982)

Derde raadsperiode (1983-1987)

- 25 Beleidsgerichte toekomstverkenning
Deel 2: Een verruiming van perspectief (1983)
- 26 Waarborgen voor zekerheid. Een nieuw stelsel van sociale zekerheid in hoofdlijnen (1985)
- 27 Basisvorming in het onderwijs (1986)
- 28 De onvoltooide Europese integratie (1986)
- 29 Ruimte voor groei. Kansen en bedreigingen voor de Nederlandse economie in de komende tien jaar (1987)
- 30 Op maat van het midden- en kleinbedrijf (1987)

Deel 1: Rapport aan de Regering

Deel 2: Pre-adviezen

- 31 Cultuur zonder grenzen (1987)
- 32 De financiering van de Europese Gemeenschap. Een interimrapport (1987)
- 33 Activerend arbeidsmarktbeleid (1987)
- 34 Overheid en toekomstonderzoek. Een inventarisatie (1988)

Vierde raadsperiode (1988-1992)

- 35 Rechtshandhaving (1988)
- 36 Allochtonenbeleid (1989)
- 37 Van de stad en de rand (1990)
- 38 Een werkend perspectief. Arbeidsparticipatie in de jaren '90 (1990)
- 39 Technologie en overheid (1990)
- 40 De onderwijsverzorging in de toekomst (1991)
- 41 Milieubeleid. Strategie, instrumenten en handhaafbaarheid (1992)
- 42 Grond voor keuzen. Vier perspectieven voor de landelijke gebieden in de Europese Gemeenschap (1992)
- 43 Ouderen voor ouderen. Demografische ontwikkelingen en beleid (1993)

Vijfde raadsperiode (1993-1997)

- 44 Duurzame risico's. Een blijvend gegeven (1994)
- 45 Belang en beleid. Naar een verantwoorde uitvoering van de werknemersverzekeringen (1994)
- 46 Besluiten over grote projecten (1994)
- 47 Hoger onderwijs in fasen (1995)
- 48 Stabiliteit en veiligheid in Europa. Het veranderende krachtenveld voor het buitenlands beleid (1995)
- 49 Orde in het binnenlands bestuur (1995)
- 50 Tweedeling in perspectief (1996)
- 51 Van verdelen naar verdienen. Afwegingen voor de sociale zekerheid in de 21e eeuw (1997)
- 52 Volksgezondheidszorg (1997)
- 53 Ruimtelijke-ontwikkelingspolitiek (1998)
- 54 Staat zonder land. Een verkenning van bestuurlijke gevolgen van informatie- en communicatietechnologie (1998)

Zesde raadsperiode (1998-2002)

- 55 Generatiebewust beleid (1999)
- 56 Het borgen van publiek belang (2000)
- 57 Doorgroei van arbeidsparticipatie (2000)
- 58 Ontwikkelingsbeleid en goed bestuur (2001)
- 59 Naar een Europabrede Unie (2001)
- 60 Nederland als immigratiesamenleving (2001)
- 61 Van oude en nieuwe kennis. De gevolgen van ICT voor het kennisbeleid (2002)
- 62 Duurzame ontwikkeling. Bestuurlijke voorwaarden voor een mobiliserend beleid (2002)
- 63 De toekomst van de nationale rechtsstaat (2002)
- 64 Beslissen over biotechnologie (2003)
- 65 Slagvaardigheid in de Europabrede Unie (2003)

- 66 Nederland handelsland. Het perspectief van de transactiekosten (2003)
- 67 Naar nieuwe wegen in het milieubeleid (2003)

Zevende raadsperiode (2003-2007)

- 68 Waarden, normen en de last van het gedrag (2003)
- 69 De Europese Unie, Turkije en de islam (2004)
- 70 Bewijzen van goede dienstverlening (2004)
- 71 Focus op functies. Uitdagingen voor een toekomstbestendig mediabeleid (2005)
- 72 Vertrouwen in de buurt (2005)
- 73 Dynamiek in islamitisch activisme. Aanknopingspunten voor democratisering en mensenrechten (2006)
- 74 Klimaatstrategie – tussen ambitie en realisme (2006)
- 75 Lerende overheid. Een pleidooi voor probleemgerichte politiek (2006)
- 76 De verzorgingsstaat herwogen. Over verzorgen, verzekeren, verheffen en verbinden (2006)
- 77 Investeren in werkzekerheid (2007)
- 78 Europa in Nederland (2007)
- 79 Identificatie met Nederland (2007)
- 80 Innovatie vernieuwd. Opening in viervoud (2008)
- 81 Infrastructures. Time to Invest (2008)

Achtste raadsperiode (2008-2012)

- 82 Onzekere veiligheid. Verantwoordelijkheden rond fysieke veiligheid (2008)
- 83 Vertrouwen in de school. Over de uitval van 'overbelaste' jongeren (2009)

Rapporten aan de Regering nrs. 1 t/m 67 en publicaties in de reeks *Voorstudies en achtergronden* zijn niet meer leverbaar. Alle studies van de WRR zijn beschikbaar via de website www.wrr.nl.

Rapporten aan de Regering nrs. 68 t/m 83 zijn verkrijgbaar in de boekhandel of via Amsterdam University Press, Herengracht 221, 1016 BG Amsterdam (www.aup.nl).

VERKENNINGEN

Zevende raadsperiode (2003-2007)

- 1 J. Pelkmans, M. Sie Dhian Ho en B. Limonard (red.) (2003) Nederland en de Europese grondwet
- 2 P.T. de Beer en C.J.M. Schuyt (red.) (2004) Bijdragen aan waarden en normen
- 3 G. van den Brink (2004) Schets van een beschavingsoffensief. Over normen, normaliteit en normalisatie in Nederland
- 4 E.R. Engelen en M. Sie Dhian Ho (red.) (2004) De staat van de democratie. Democratie voorbij de staat
- 5 P.A. van der Duin, C.A. Hazeu, P. Rademaker en I.J. Schoonenboom (red.) (2004) Vijfentwintig jaar later. De Toekomstverkenning van de WRR uit 1977 als leerproces
- 6 H. Dijkstra, P.L. Meurs en E.K. Schrijvers (red.) (2004) Maatschappelijke dienstverlening. Een onderzoek naar vijf sectoren
- 7 W.B.H.J. van de Donk, D.W.J. Broeders en F.J.P. Hoefnagel (red.) (2005) Trends in het medialandschap. Vier verkenningen
- 8 G. Engbersen, E. Snel en A. Weltevrede (2005) Sociale herovering in Amsterdam en Rotterdam. Eén verhaal over twee wijken
- 9 D.J. Wolfson (2005) Transactie als bestuurlijke vernieuwing. Op zoek naar samenhang in beleid en uitvoering
- 10 Nasr Abu Zayd (2006) Reformation of Islamic Thought. A Critical Historical Analysis
- 11 J.M. Otto (2006) Sharia en nationaal recht. Rechtssystemen in moslimlanden tussen traditie, politiek en rechtsstaat
- 12 P.L. Meurs, E.K. Schrijvers en G.H. de Vries (2006) Leren van de praktijk. Gebruik van lokale kennis en ervaring voor beleid
- 13 W.B.H.J. van de Donk, A.P. Jonkers en G.J. Kronjee (red.) (2006) Geloven in het publieke domein. Verkenningen van een dubbele transformatie
- 14 D. Scheele, J.J.M. Theeuwes, G.J.M. de Vries (red.) (2007) Arbeidsflexibiliteit en ontslagrecht
- 15 P.A.H. van Lieshout, M.S.S. van der Meij en J.C.I. de Pree (red.) (2007) Bouwstenen voor betrokken jeugdbeleid
- 16 J.J.C. Voorhoeve (2007) From War to the Rule of Law. Peace Building after Violent Conflicts
- 17 M. Grever en K. Ribbens (2007) Nationale identiteit en meervoudig verleden
- 18 B. Nooteboom and E. Stam (eds.) (2008) Micro-foundations for Innovation Policy
- 19 G. Arts, W. Dicke and L. Hancher (eds.) (2008) New Perspectives on Investments in Infrastructures
- 20 D. Scheele, R. van Gaalen en J. van Rooijen (2008) Werk en inkomsten na massaontslag: de zekerheid is niet van de baan

Achtste raadsperiode (2008-2012)

- 21 Monique Kremer, Peter van Lieshout and Robert Went (eds.) (2009) Doing Good or Doing Better. Development Policies in a Globalizing World

Alle Verkenningen zijn verkrijgbaar in de boekhandel of via Amsterdam University Press, Herengracht 221, 1016 BG Amsterdam (www.aup.nl).

WEBPUBLICATIONS

Zevende raadsperiode (2003-2007)

- WP 01 Opvoeding, onderwijs en jeugdbeleid in het algemeen belang
- WP 02 Ruimte voor goed bestuur: tussen prestatie, proces en principe
- WP 03 Lessen uit corporate governance en maatschappelijk verantwoord ondernemen
- WP 04 Regulering van het bestuur van maatschappelijke dienstverlening: eenheid in verscheidenheid
- WP 05 Een schets van het Europese mediabeleid
- WP 06 De regulering van media in internationaal perspectief
- WP 07 Beleid inzake media, cultuur en kwaliteit: enkele overwegingen
- WP 08 Geschiedenis van het Nederlands inhoudelijk mediabeleid
- WP 09 Buurtinitiatieven en buurtbeleid in Nederland anno 2004: analyse van een veldonderzoek van 28 casussen
- WP 10 Geestelijke gezondheid van adolescenten: een voorstudie
- WP 11 De transitie naar volwassenheid en de rol van het overheidsbeleid: een vergelijking van institutionele arrangementen in Nederland, Zweden, Groot-Brittannië en Spanje
- WP 12 Klassieke sharia en vernieuwing
- WP 13 Sharia en nationaal recht in twaalf moslimlanden
- WP 14 Climate strategy: Between ambition and realism
- WP 15 The political economy of European integration in the polder: Asymmetrical supranational governance and the limits of legitimacy of Dutch EU policy-making
- WP 16 Europe in law, law in Europe
- WP 17 Faces of Europe: Searching for leadership in a new political style
- WP 18 The psychology and economics of attitudes in the Netherlands
- WP 19 Citizens and the legitimacy of the European Union
- WP 20 No news is bad news! The role of the media and news framing in embedding Europe
- WP 21 Actor paper subnational governments: Their role in bridging the gap between the EU and its citizens
- WP 22 The Dutch third sector and the European Union: Connecting citizens to Brussels
- WP 23 Europe in parliament: Towards targeted politicization
- WP 24 Europe in the Netherlands: Political parties
- WP 25 The EU Constitutional Treaty in the Netherlands: Could a better embedding have made a difference?
- WP 26 How to solve the riddle of belated Euro contestation in the Netherlands?
- WP 27 Connection, consumer, citizen: Liberalising the European Union gas market
- WP 28 Dutch EU-policies with regard to legal migration – The directive on family reunification
- WP 29 The accession of Turkey to the European Union: The political decision-making process on Turkey in The Netherlands
- WP 30 The Habitats Directive: A case of contested Europeanization
- WP 31 Encapsulating services in the 'polder': Processing the Bolkestein Directive in Dutch Politics
- WP 33 De casus Inburgering en Nationaliteitswetgeving: iconen van nationale identiteit
- WP 34 In debat over Nederland
- WP 35 Veel voorkomende criminaliteit
- WP 36 Gevaarlijke stoffen
- WP 37 ICT en internet

WP 38 Voedsel en geneesmiddelen

WP 39 Waterbeheer en waterveiligheid

De menselijke beslisser

Hoe kiezen mensen uit de vele mogelijkheden waarvoor zij zich – iedere dag opnieuw – gesteld zien? In dit boek geven vooraanstaande Nederlandse wetenschappers uit diverse disciplines een helder overzicht van de meest recente kennis over menselijk keuzegedrag. Daarbij gaan zij uitgebreid in op de grote invloed van de omgeving en de rol van het onbewuste. Bovendien komen de nieuwste inzichten uit de neurobiologie aan bod.

Dit boek is bedoeld voor iedereen die zich bezighoudt met menselijk keuzegedrag en de vraag hoe dat kan worden beïnvloed. Hoe kunnen mensen bijvoorbeeld worden verleid tot een gezondere levensstijl? Tot energiebesparend gedrag? Tot een verstandige financiële planning? De wetenschappers in deze bundel bieden nieuwe en veelbelovende perspectieven voor antwoorden op dit soort vragen.

Voor het eerst richt de WRR de aandacht op het individu. Dit keer niet als burger in relatie tot de overheid, maar als mens die in zijn eigen leven voortdurend keuzes maakt. Lang niet altijd met een rationele afweging van kosten en baten, maar heel vaak juist emotioneel, ethisch of altruïstisch gedreven. Op het snijvlak van economie, psychologie, biologie en sociologie zijn op dit gebied nieuwe en fascinerende resultaten van onderzoek geboekt. De menselijke beslisser laat zien hoe beslist menselijk wij zijn in wat ons beweegt.

Paul Schnabel, Sociaal en Cultureel Planbureau

Dit boek brengt de nieuwste wetenschappelijke inzichten in menselijk keuzegedrag lekker leesbaar over het voetlicht. Wie ervoor kiest het niet te lezen handelt misschien wel als homo economicus, maar niet als een verstandige ‘menselijke beslisser’. Na lezing van dit boek begrijpt u ook waarom ik op deze achterflap moest zeggen dat u het moet lezen: een gevalletje ‘descriptieve normering’. Leuk en leerzaam dus.

Frank Kalshoven, journalist



ISBN 978 90 8964 202 8