

Met feiten alleen kom je er niet



Tali Sharot: 'We kunnen vrijwel niets meer voor zeker aannemen.'

FOTO MICHAEL LIONSTAR

DINGEN GEDAAN KRIJGEN - interview - Mensen nemen feiten niet voor lief, maar zetten die naar hun hand, zegt de Britse neurowetenschapper Tali Sharot.

MALOU VAN HINTUM

Je kunt een discussie niet winnen door feit op feit te stapelen. Kale feiten komen niet verder dan onze ratio, terwijl mensen heel andere drijfveren kunnen hebben om aan hun standpunt vast te houden. Verdiep je in de hoop, angsten, motivaties en verlangens van mensen als je hen wilt overtuigen. Dat betoogt Tali Sharot in haar boek 'Dingen gedaan krijgen' dat binnenkort verschijnt. Een gesprek met de Britse neurowetenschapper.

Je zou denken dat mensen van nature nieuwsgierig zijn, graag leren en feiten willen hebben.

"Vroeger leefden we in kleine groepen en leerden we door te kijken naar de mensen om ons heen. We hadden geen toegang tot grote hoeveelheden data, we keken naar de gevolgen die het gedrag van andere mensen had. Deze manier van social learning is nog steeds veel effectiever dan leren van abstracte feiten en getallen."

Onze ingroup vertrouwen we meer dan een outsider?

"Jazeker, en dat geldt op alle fronten. We hebben een nog niet gepubliceerde studie gedaan naar het herkennen van bepaalde vormen, waarbij we de

proefpersonen opsplitsen in Democraten en Republikeinen. De opdracht had helemaal niets met politieke voorkeur te maken, maar toch vond iedereen dat de leden van hun eigen groep het beste presteerden, ook als dat volgens de feedback niet zo was. Ze raadpleegden hun eigen groep ook eerder om het herkennen beter te leren."

Wat brengt mensen ertoe feitelijke informatie te negeren?

"Onze overtuigingen maken deel uit van wie we zijn. Informatie die daar tegenin gaat, bedreigt de kern van onze persoonlijkheid. Daar verzetten we ons tegen. We willen onze overtuigingen en wie we zijn niet ter discussie stellen. Peuters geloven hun ouders als die zeggen dat ze een roze olifant door de lucht zagen vliegen, omdat voor peuters de wereld nog helemaal nieuw is. Ze merken wel vaker dat heel rare dingen best mogelijk zijn. Maar volwassenen hebben sterke overtuigingen die je niet zomaar aan het wankelen kunt brengen. En in veel gevallen is dat terecht. Gemiddeld genomen hebben we het bij het rechte eind: er is zwaartekracht, de zon komt op en gaat onder, er bestaan geen roze, vliegende olifanten. Dat maakt het heel lastig om onterechte overtuigingen te veranderen."

Als feiten niet helpen, wat dan wel?

"Je overtuigt mensen niet met jouw eigen gelijk, maar met informatie die hen op een emotioneel niveau aanspreekt. Niet alleen feiten geven informatie. Iemand die huult, boos is, blij of bang, geeft óók informatie. Hierop reageren we veel sneller dan op rationele informatie. De amygdala, het hersengebied dat onze emoties verwerkt, doet dat razendsnel en legt onmiddellijk verbindingen met andere hersengebieden zoals de hippocampus, waarin die emotie als herinnering wordt opgeslagen.

"Daar komen geen interpretaties

aan te pas, daar is geen tijd voor. Een emotionele boodschap wordt dus gemakkelijker, want veel sneller, opgemerkt en opgeslagen. Feiten schieten tekort om mensen te overtuigen, omdat we niet alleen maar rationeel zijn. Ga daarom in iemands schoenen staan, probeer te begrijpen wat hem beweegt en motiveert, en speel daarop in."

U pleit voor eerherstel van de emotie ten opzichte van de ratio?

"Emoties worden vaak negatief geassocieerd met onderbuikgevoelens. Maar de boodschap 'Yes, we can!' van Obama was een boodschap van hoop, en dat vonden veel mensen juist prachtig. Een beroep doen op emoties is niet goed of slecht. Je kunt met goede of met slechte bedoelingen emoties inzetten om je boodschap over te brengen. En datzelfde geldt voor het gebruik van feiten. Emoties en feiten zijn allebei informatiebronnen."

Sterke emoties kunnen zelfs vaste overtuigingen doen wankelen, blijkt uit de anekdote waarmee u uw boek begint.

"Mijn jongste kind was zeven weken toen ik op televisie een debat zag. Het ging over vaccineren, en Donald Trump vertelde heel beeldend over een joekel van een injectienaald die verdween in een klein baby'tje, dat daarna heel ziek werd en vervolgens autisme kreeg. Als wetenschapper weet ik heel goed dat er geen enkel wetenschappelijk bewijs is voor het verband tussen vaccinaties en autisme. Maar op dat moment zag ik, als jonge moeder, alleen maar die enorme injectienaald voor me, hoorde het slechte nieuws en raakte in paniek. Natuurlijk verdwenen die gevoelens en liet ik mijn kind vaccineren. Maar het laat wel zien dat emoties en ratio naast elkaar kunnen bestaan."

Er zijn nog altijd mensen die hun baby niet laten inenten tegen de mazelen. In Europa neemt het

aantal besmette kinderen sterk toe, en zijn al tientallen kinderen aan mazelen overleden. Waarom helpen deze feiten niet?

"Mensen worden onverzettelijker naarmate ze met meer feiten worden geconfronteerd die hun standpunt ondergraven. Het wordt steeds moeilijker om iemand op die manier te overtuigen, dus dat moet je niet proberen. Zoek in plaats daarvan naar iets wat jullie gemeenschappelijk hebben. Niemand wil dat kinderen ziek worden en doodgaan, iedereen wil kinderen beschermen. Gebruik dat als uitgangspunt voor een gesprek. Dan zul je heus niet iederéén overtuigen, maar wel meer mensen dan nu het geval is."

U schrijft dat hoger opgeleiden het moeilijkst van gedachten veranderen.

"Dat komt doordat zij de analytische vaardigheden hebben om feiten zó te interpreteren dat die kloppen met wat ze al dachten. We zagen dit in een onderzoek waarin ruim 1100 Amerikanen werden verdeeld in twee groepen: mensen met goede, en mensen met slechte analytische vaardigheden. Beide groepen kregen twee studies voorgelegd: een naar de effecten van een medische behandeling voor huiduitslag, en een naar de effecten van een verbod op het dragen van vuurwapens op de criminaliteitscijfers. De datasets van beide studies waren exact hetzelfde. De effecten van de medische behandeling werden zorgvuldig en correct gewogen; mensen kon het onderwerp niet veel schelen, en ze maakten een rationele analyse van de cijfers. Maar over wapenbezit had vrijwel iedereen een uitgesproken mening. Wat hierbij opviel, is dat juist de analytisch sterke mensen met de onderzoekscijfers aan de haal gingen, en die op zo'n manier interpreteerden dat ze hun opvatting bevestigden."

Het lijkt me ook een probleem dat we tegenwoordig verzuipen in de feiten en cijfers.

"In ons sociale-media-tijdperk kost het maar enkele tellen om feiten te vinden voor welk standpunt dan ook, waardoor niets meer zeker lijkt. Een topwetenschapper vertelde me laatst dat hij een nieuw dieet volgt en pas 's avonds gaat eten. 'Maar het ontbijt is de belangrijkste maaltijd van de dag!', zei ik. En hij zei: 'Ze veranderen steeds van mening over alles, dus wie weet of ontbijten belangrijk is?' Veel mensen hebben tegenwoordig dat gevoel. We kunnen vrijwel niets meer voor zeker aannemen. Dat is nu veel sterker dan een paar jaar geleden. Informatie gaat zo razendsnel!"

Cognitief neurowetenschapper Tali Sharot is oprichter en directeur van het Affective Brain Lab (University College London) en auteur van de bestseller 'The Optimism Bias'. Haar studies verschenen onder meer in Nature en Science. Sharots jongste boek 'The Influential Mind' komt binnenkort in vertaling uit bij uitgeverij Atlas Contact onder de titel 'Dingen gedaan krijgen'. 300 blz. € 19,99.

Wie is Tali Sharot?