

## PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen

The following full text is a publisher's version.

For additional information about this publication click this link.

<http://hdl.handle.net/2066/30155>

Please be advised that this information was generated on 2019-09-17 and may be subject to change.

# De waarnemer waargenomen

Rede uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt  
van hoogleraar in de sociale psychologie,  
in het bijzonder de persoonswaarneming,  
aan de Faculteit Sociale Wetenschappen  
van de Katholieke Universiteit Nijmegen  
op donderdag 30 mei 2002

door

Roos Vonk

© Roos Vonk 2002

Mijnheer de Rector,  
Geachte aanwezigen,

*De psychologie van het gezond verstand*

Een oratie biedt beginnende hoogleraren de gelegenheid om uit de ivoren toren van de wetenschap naar buiten te komen, en aan een breed publiek iets te vertellen over hun vak. Zoals sommigen van u weten heb ik daar wat ervaring mee. Als ik me buiten de kring van vakgenoten en studenten begeef, en niet-psychologen mij vragen wat ik doe, zeg ik dat ik onderzoek hoe mensen zich een indruk van elkaar vormen. Dan komt er meestal een vraag. Bijvoorbeeld, persoon A zegt: 'Is het nu echt zo dat de eerste indruk de beste is?'

Vervolgens gaat men meestal zelf die vraag beantwoorden. Persoon B zegt bijvoorbeeld: 'Ja, dat vraag ik me ook wel eens af. Er stond laatst een messenslijper bij ons aan de deur, of we iets te slijpen hadden. Maar er wàs iets met die man... Ik heb er niet eens over nagedacht of ik iets te slijpen had, ik vertrouwde hem gewoon niet.'

'Ja maar,' zegt persoon C dan, 'je weet natuurlijk niet of dat klopt. Je stuurt hem gelijk weg, dus je weet helemaal niet of die man misschien een fantastische messenslijper is. Kan wel zijn hoor, dat je dat ziet, maar je wéét het niet.'

Dan komt persoon A het gezicht redden van B. 'Jawel, toch wel denk ik. Ik kreeg een nieuwe collega, ik vóelde gewoon dat er iets niet klopte met hem. Eerst leek het nog wel even goed te gaan, ik begon te twijfelen aan mijn eerste indruk. Maar na een half jaar bleek toch dat ...' (collega is ontslagen of anderszins verdwenen).

Persoon B kan dan weer inhaken met zoiets als: 'Ja, zie je nou, de eerste indruk klopt. Dat heb ik ook altijd, mijn man zegt het ook, hij zegt "Zij voelt het meteen, of iemand te vertrouwen is."'

'Ik heb dat ook wel eens gehad,' vindt dan ook persoon C die nu niet meer achter kan blijven; de anderen mochten denken dat alleen zij deze gave hebben! 'Gek is dat hè? Waar zou 'm dat nu in zitten, waar weet je dat nou door?'

Als deze vraag eenmaal gesteld is kun je er donder op zeggen wat er nu gaat volgen.

'Je ziet het aan de ogen,' zegt iemand dan veelbetekenend.

'Ja, dat is het!' vinden de anderen ook. 'Het zijn de ogen.'

En iedereen is blij omdat het vraagstuk is opgelost.

Wie ben ik dan om op zo'n moment te zeggen: 'Natuurlijk is de eerste indruk niet de beste, denk nu eens even na! Jullie geheugens zijn selectief, je onthoudt alleen die keren dat je voorspelling klopte, en je overschat achteraf hoe goed je de dingen vooraf in de gaten had, en in een gecontroleerd experiment blijft er helemaal niets overeen van die feilloze intuïties, en nee, je ziet het niet aan de ogen of aan het gezicht, dat is de láátste plaats waar je moet kijken als je wilt weten of iemand te vertrouwen is.'

Het vervelende van ons vak is dat iedereen er verstand van heeft (of denkt te hebben). Iedereen kan erover meepraten. Als je vanuit je expertise de uitspraken van leken in twijfel trekt (als ik bijvoorbeeld zou zeggen: ‘Hm, de ogen, tsja, dat is misschien toch niet de beste tactiek om een bedrieger te ontmaskeren’), zie je de ander vaak denken: ‘Goed hoor, maar bij mij werkt dat toch anders.’ (‘Anderen zien het niet, maar ik wel.’) Vertel je een onderzoeksresultaat dat tegen het gezonde verstand in gaat, of tegen datgene wat men graag wil geloven, dan wordt domweg het onderzoek in twijfel getrokken. De individuele ervaringen van de toehoorder lijken altijd oneindig veel geloofwaardiger en betekenisvoller te zijn dan de statistische gegevens van honderden, soms duizenden andere mensen.

Vertel je daarentegen onderzoeksresultaten die de bestaande opvattingen ondersteunen, dan is de reactie meestal: ‘Dat wisten we toch al lang.’ Zo schreef een journalist van ABCnews op internet over een artikel van mij (ik vertaal nu): ‘De Nederlandse onderzoeker keek hoe mensen een persoon beoordelen die aardig doet tegen superieuren en onaardig tegen ondergeschikten. De wetenschapper praat over een “covariatie tussen de valentie van het gedrag en de status van het object van gedrag” om te concluderen wat we altijd al wisten: mensen houden niet van collega’s die kontlikken.’

Je hebt als wetenschapper in ons vakgebied geen enkel gezag. Ofwel het is niet waar, ofwel ze wisten het al.

### *De ivoren toren*

Misschien is het daarom ook geen wonder dat we wat geneigd zijn ons terug te trekken in de ivoren toren. We hebben daar onze eigen wereld gecreëerd. Onze theorieën gaan over die wereld. We doen onderzoek met studenten als proefpersonen, met behulp van computers. We noemen dat ons ‘laboratorium’, net als de natuurwetenschappers. (Hoor je mensen daarover ooit zeggen ‘Dat onderzoek klopt niet’ of ‘Dat wisten we toch al lang?’) We gebruiken de natuurwetenschappelijke, experimentele methode. We zijn steeds minder geneigd om aan proefpersonen te vragen wat ze denken en vinden, en steeds meer om te vertrouwen op maten als reactiesnelheden en fysiologische metingen. We gaan er eigenlijk van uit dat proefpersonen zelf niet veel inzicht hebben in datgene wat zich tussen hun oren afspeelt. ‘For all practical purposes’ is de proefpersoon dus iemand die, net als een natuurwetenschappelijk onderzoeksobject, niet terug kan praten. Het onderzoek is vaak complex en moeilijk te begrijpen voor buitenstaanders.

Een knappe jongen die nu nog kan zeggen ‘Dat wisten we toch al.’

Helaas dreigen we op deze manier soms het zicht te verliezen op de andere kant van de medaille: het leuke van ons vak is nu juist dat er zoveel raakvlakken zijn tussen wat er binnen de ivoren toren (het laboratorium, zo u wilt) wordt onderzocht en wat er in de wereld daar buiten gebeurt. De inspiratie ligt op straat. Het gesprek wat ik net schetste is helemaal niet interessant vanwege wat er over eerste indrukken gezegd wordt (daarvoor kunt u dan toch

beter op mij vertrouwen, en mijn boek *De eerste indruk* lezen), maar wel vanwege hoe de personen zich gedragen ten opzichte van elkaar. Ze praten met elkaar, maar er gebeurt veel meer dan dat. Ze redden elkaars gezicht, ze redden hun eigen gezicht. De persoon die aanvankelijk nog (terecht) de waarde van zo'n eerste indruk in twijfel trekt, realiseert zich dat de anderen zouden kunnen denken dat zij niet snapt waar het over gaat, en dat zij niet dat bijzondere talent bezit om signalen van onbetrouwbaarheid op te pikken. De betrokkenen vormen zich een indruk van elkaar; ze beseffen tegelijkertijd dat de anderen zich een indruk vormen van hen, en proberen daarop invloed uit te oefenen. Terwijl ze ogenschijnlijk gewoon aan het praten zijn, zijn ze verwickeld in een voortdurende dynamiek waarin ze indrukken van de ander en van zichzelf opbouwen en bijsturen. Bijvoorbeeld: 'Nu moet ik haar even bijvallen, anders voelt ze zich alleen staan'; 'Nu wat ruimte geven voor haar standpunt, anders lijkt het net of ik alles beter weet'; 'Misschien denken ze dat ik het niet snap, daar moet ik iets aan doen'.

Met dit soort complexe processen reguleren mensen het sociale verkeer, zodat iedereen soepeltjes langs elkaar heen kan schuiven zonder dat ego's al te zeer gedeukt of gekrast raken. Dit alles gebeurt vaak zonder dat mensen zelfs maar een besef hebben van de cognitieve hoogstandjes die ze uithalen: het inschatten van hoe de ander in elkaar zit, wat de ander denkt en voelt, wat zijn motieven zijn, hoe men zelf overkomt, en al doende het eigen gedrag weer daarop afstemmen zodat het gesprek vlotjes verloopt, men in de smaak valt, indruk maakt, de ander kan beïnvloeden, of wat dan ook de bedoeling is op dat moment.

### *De belanghebbende waarnemer*

De waarneming van personen vindt nooit plaats in een sociaal vacuüm. Mensen hebben tal van doelen en belangen in relatie tot degene van wie ze zich een indruk vormen. Die belangen hebben effect op hun indruk. Bijvoorbeeld: wanneer mensen afhankelijk zijn van een persoon, gaan ze die persoon positiever beoordelen (vergeleken met mensen die niet afhankelijk zijn) en doen ze beter hun best om zich een accuraat beeld te vormen van de ander.

Dit soort effecten zijn van betekenis omdat er in het gewone sociale verkeer in zekere zin altijd sprake is van afhankelijkheid tussen de betrokkenen. U zit hier nu, en u bent van mij afhankelijk voor een onderhoudend en interessant verhaal; ik ben van u afhankelijk omdat ik hoop dat er na afloop wordt gezegd dat ik iets zinnigs te melden had; straks bij de receptie bent u weer van elkaar afhankelijk voor de gezelligheid. Sommigen van u zullen anderen willen imponeren met kritische bedenkingen over wat ik te zeggen had; anderen zullen zich inhouden omdat ze dat niet aardig vinden, of omdat ze zelf hun oratie nog moeten houden, of omdat ze helemaal niet hebben opgelet.

Mensen kunnen op tal van manieren afhankelijk zijn van anderen. Soms zijn ze afhankelijk van iemands *oordeel* over hen (bijvoorbeeld bij een sollicitatie of beoordelingsgesprek), soms van iemands gedrag (bijvoorbeeld als je een belastingadviseur,

een advocaat of een tuinman inhuurt; je bent dan voor je eigen doelen afhankelijk van de prestaties van die persoon). Soms is de afhankelijkheid coöperatief (bijvoorbeeld als twee mensen samen aan een taak werken, en hun succes wordt bepaald door hun gezamenlijke prestatie), soms competitief (als je solliciteert naar een baan, of een NWO-subsidie-aanvraag indient, ben je niet alleen afhankelijk van het oordeel van de werkgever of de NWO-referenten, maar ook van de verdiensten van de concurrerende kandidaten). Ik heb in mijn onderzoek aanwijzingen gevonden dat mensen met name erg hun best doen zich een accuraat beeld te vormen van een tegenstander. Mensen besteden meer aandacht aan informatie over een tegenstander dan over een persoon van wie ze coöperatief afhankelijk zijn. Een interessante vraag is of mensen een positief of juist een negatief beeld willen hebben van een tegenstander. De algemene neiging om positief te denken over personen van wie men afhankelijk is, wordt in dit geval wellicht tegengewerkt door het streven om de tegenstander te devalueren en te geloven in de eigen kans op succes ('Die sukkel, daar kan ik wel tegenop'). Anderzijds: als je de tegenstander inderdaad devalueert, en vervolgens de competitie verliest, heb je jezelf een serieuze ego-deuk bezorgd: dan was je kennelijk minder goed dan die sukkel die je wel aan kon.

Dit voorbeeld laat zien hoe complex de effecten van afhankelijkheid kunnen zijn, en hoe verschillende motieven tegen elkaar in kunnen werken. Het motief om goed met elkaar op te schieten, om positief te denken over degenen die je uitkomsten kunnen bepalen (niemand wil immers dat zijn lot in handen ligt van een onbekwame of boosaardige persoon), om alles te weten wat er te weten valt over deze personen – maar wat als datgene wat er te weten valt nu in strijd is met die andere motieven? –, het motief om te geloven in positieve uitkomsten voor jezelf, het motief om een positief zelfbeeld overeind te houden, om beter te zijn dan anderen, of juist om jezelf op te trekken aan de betere prestatie van een ander; al die motieven kunnen onze indrukken en oordelen over mensen sturen en kleuren. Daarmee wil ik niet zeggen dat onze indrukken niet óók gebaseerd zijn op wat de ander feitelijk doet. Maar wel dat ons beeld van anderen mede wordt bepaald door onze eigen doelen en belangen in de relatie tot die ander.

Juist doordat we ons hiervan helemaal niet bewust zijn, zijn we extra vatbaar voor deze invloeden. Een persoon lijkt te zijn zoals wij hem zien. Als we zouden besluiten 'Ik zie wat ik graag wil zien', zou dat fundamentele vragen oproepen die het dagelijks functioneren flink kunnen belemmeren. We gaan er dus maar beter vanuit dat wat we zien waar is; dat het is gebaseerd op de feiten 'daar buiten'. Door dat uitgangspunt hebben we geen oog voor de invloed van onze eigen belangen, met als gevolg dat we er stuurloos aan zijn overgeleverd.

### *Verborgene motieven*

Niet alleen hebben wij als waarnemers bepaalde doelen en belangen in de interactie met anderen; hetzelfde geldt ook voor die ander. Vaak hebben we dat niet in de gaten. We zijn geneigd het gedrag van anderen te nemen voor wat het is en er onmiddellijk bepaalde

eigenschappen uit af te leiden. Staat er straks bijvoorbeeld achter u iemand in de rij die zegt ‘Ik vond dat ze wel erg kort door de bocht ging met dat gedeelte over de fundamentele attributiefout,’ dan zou u bijvoorbeeld kunnen denken: ‘Die heeft er verstand van’ of ‘Irritante wijsneus’. Dit soort associaties tussen gedrag en eigenschappen worden in Nijmegen bestudeerd door Jaap Ham. We maken gevolgtrekkingen over een persoon moeiteloos, zonder enig denkwerk. De meeste van onze oordelen over anderen komen op die manier tot stand. Maar soms doet iemand iets waardoor de automaticiteit van dat proces wordt doorbroken. Bijvoorbeeld bij de volgende informatie:

Jan koopt bloemen en bonbons voor een vrouw.  
Hij wil met haar trouwen.  
De vrouw is niet aantrekkelijk.  
Jan is een charmante innemende jongeman  
De vrouw is een stuk ouder dan Jan.  
Jan wil graag een zeiljacht hebben.  
De vrouw is weduwe.  
De vrouw is rijk.

Dit type scenario wordt door Miquelle Marchand gebruikt in onderzoek naar de waarneming van verborgen motieven. In eerste instantie denken we hier als waarnemers: ‘Leuk, die man is verliefd.’ We leiden direct een eigenschap af uit het gedrag. Naarmate er meer informatie beschikbaar komt, gaan we meer twijfelen. Er begint een beeld te verschijnen van de prototypische Don Juan die op de centen van de rijke weduwe uit is. Aan het eind is er nauwelijks twijfel meer.

Het signaleren van verborgen bedoelingen bij anderen is het makkelijkst wanneer het scenario overeenkomt met een cultureel script, zoals in dit voorbeeld. Een ander voorbeeld is de hielenlikker: de werknemer die naar boven aardiger doet dan naar beneden. In eerder onderzoek constateerde ik dat een dergelijk gedragspatroon door waarnemers zeer snel en vrijwel moeiteloos wordt herkend. Het doet me genoeg om te melden dat dit onderzoek inmiddels de Amerikaanse taal heeft verrijkt met een Nederlands woord: in een handboek sociale psychologie wordt inmiddels gesproken over een ‘slimy’ gedragspatroon van naar boven likken en naar beneden schoppen.

Het grappige is: we zijn geneigd om slijmen vooral te zien als iets wat andere mensen doen en waar andere mensen intuïnen; onze eigen sociale wereld is oprecht en authentiek. In het genoemde artikel heb ik in een voetnoot iedereen bedankt die het slijmonderzoek geïnspireerd had. Iedereen vond dat leuk want niemand voelde zich aangesproken. Ooit wel eens iemand ontmoet die zichzelf een slijmerd vond? Toch is de wereld er vol van. Deze zaal ook.

*Waarom slijmen werkt*

Het meest gebruikte argument dat mensen geven als ze uitleggen waarom ze nooit slijmen, is dat het niet zou werken. ‘Dat doe ik niet. Daar prikken anderen uiteindelijk doorheen.’ Eerlijk duurt het langst. Het zojuist genoemde onderzoek suggereert dat ook: als iemand aardig doet naar boven, zijn toeschouwers direct op hun hoede. Maar wat als de persoon tegen wie geslijmd wordt de waarnemer zelf is? Wat als u de leidinggevende bent? Wat als u de rijke weduwe bent?

Mijn vervolgonderzoek suggereert dat het in die gevallen heel anders ligt. In dit onderzoek werden proefpersonen in een situatie gebracht waarin zij de beloning van een andere deelnemer konden vaststellen. Ze waren dus in zekere zin de leidinggevende van die ander. Halverwege het onderzoek kregen ze via de computer een beschrijving te lezen die hun ‘ondergeschikte’ zogenaamd op mijn verzoek over hen had geschreven, naar aanleiding van een eerder ingevulde persoonlijkheidstest. Die beschrijving was extreem positief en vleidend. Een uitsnede:

Ik ben het heel erg eens met haar ideeën, bijv. over hoe je met anderen omgaat. Maar eigenlijk over alles. Ik denk ook dat ze met iedereen goed overweg kan. Ik denk zeker dat ikzelf heel goed met haar op kan schieten omdat we op 1 lijn zitten. Ik denk ook dat ze haar verantwoordelijkheid in dit onderzoek serieus zal nemen en dat ze een goede beslissing zal nemen. Ze lijkt me ook een heel leuk iemand om gewoon een goed gesprek te voeren. Ze heeft veel antwoorden gegeven die mij aanspreken. Al met al lijkt ze mij een zeer aardig persoon, prettig in de omgang en iemand met veel capaciteiten.

Deze beschrijving is tot stand gekomen na enig gesleutel: in vooronderzoek bleek al snel dat een beschrijving die mij al wat ‘overdone’ leek, door proefpersonen werd ervaren als ‘gewoon aardig’ of ‘positief’, en dat je het er flink dik bovenop moet leggen wil iemand überhaupt op het idee komen dat er sprake zou kunnen zijn van slijmen.

In de experimenten las de helft van de proefpersonen deze beschrijving over zichzelf. De andere helft las dezelfde beschrijving, maar kreeg te horen dat het over een andere deelnemer ging. Uit de resultaten bleek dat proefpersonen in de eerste groep (degenen die zelf het object van gevlei waren) de slijmerd beduidend aardiger, oprechter en minder slijmerig vonden dan in de tweede groep. Dit effect bleek in verschillende experimenten zeer robuust. Het werd niet zwakker in condities waar de ‘beslijmde’ proefpersonen echt een deel van hun eigen geld zouden moeten afstaan als ze de ondergeschikte wilden belonen. Het positieve effect van slijmen trad bovendien op ongeacht of de proefpersoon een positief of een negatief beeld van zichzelf had. Proefpersonen met een negatief zelfbeeld waren wel verrast over de positieve beschrijving (‘Hè? Iemand die iets aardigs zegt over mij?!’ schreef één van hen na het verzoek al hun gedachten te noteren) en merkten vaker op dat de beschrijving niet accuraat was. Maar hun bedenkingen hadden geen invloed op hun gevoelsmatige reactie: het positieve gevoel over de ander die al die aardige dingen had gezegd.

In dit onderzoek zaten proefpersonen achter een computer en lazen via het beeldscherm een stukje van iemand die in werkelijkheid niet bestond. In een vervolgonderzoek, uitgevoerd



door Daantje Derks, werd de situatie ‘echter’ gemaakt. Twee proefpersonen die elkaar niet kenden werden bij elkaar gezet om een kennismakingsgesprek te houden. De ene kreeg de opdracht om, na de eerste kennismaking, aan de andere deelnemer zoveel mogelijk lootjes te verkopen van een loterij. In sommige gevallen kregen de ‘verkopers’ daarbij de instructie om zoveel mogelijk te slijmen tegen de potentiële koper; in andere gevallen kregen ze geen extra instructies. Hoewel degenen die in opdracht moesten slijmen zich niet erg op hun gemak leken te voelen, bleek uiteindelijk dat zij twee keer zoveel lootjes verkochten. Dit effect trad zelfs op in condities waar ‘kopers’ vooraf wisten dat de ander hen zou gaan overreden, en dus op hun hoede konden zijn.

Kortom, slijmen werkt. Het geeft de ander een goed gevoel, en dat heeft effect. Zodra het ego van de waarnemer in het spel komt, ontstaat er een totaal andere situatie dan wanneer de waarnemer een belangeloze toeschouwer is, zoals in veel onderzoek. De ego-strelingen lijken te werken als een warm bad dat kritische analyses in slaap sust.

### *Zelfpresentatie: de smeerolie van het sociale verkeer*

Tot nu toe heb ik het voornamelijk gehad over het perspectief van de waarnemer die zich een beeld vormt van een andere persoon. Ik heb betoogd dat dat beeld wordt gekleurd door de doelen en belangen van de waarnemer; dat waarnemers op hun beurt proberen de doelen en belangen van anderen te doorgronden; maar dat ze daarin minder effectief lijken zodra een hoger belang, het ego, in het geding komt.

In het dagelijks leven is het natuurlijk zo dat mensen niet alleen de rol van waarnemer vervullen, maar dat ze zelf ook worden waargenomen door de ander. Perceptie is vrijwel altijd tweezijdig. Dat betekent dat mensen ook vaak twee dingen tegelijk moeten doen. Enerzijds vormen ze zich een beeld van een ander, anderzijds zijn ze zich ervan bewust dat die ander dat ook doet, en proberen ze invloed uit te oefenen op het beeld dat de ander zich vormt. We spreken dan van zelfpresentatie. Die terminologie kan ten onrechte de suggestie wekken dat mensen zich gedragen als acteurs die een rol spelen. Dat zal wel eens gebeuren (denk maar aan de Don Juan van daarnet, of aan de vroegere dienstplichtige die op grond van S5 afgekeurd wilde worden), maar in de meeste gevallen is zelfpresentatie subtieler dan dat. Mensen houden zich in als ze kwaad zijn op hun schoonmoeder, ze luisteren geduldig naar een partner die eindeloos doorzeurt, ze lachen om flauwe grapjes van hun baas, zeggen van afschuwelijke kledingstukken dat het heel ‘apart’ is, en vullen pijnlijke stiltes op recepties. Zelfpresentatie is de smeerolie van het sociale verkeer.

In het algemeen proberen mensen om aardig te zijn en te zorgen dat interacties met anderen soepel lopen. In specifieke gevallen kunnen er andere zelfpresentatie-doelen zijn. Soms is het belangrijk om bekwaam en intelligent te worden gevonden, bijvoorbeeld bij een sollicitatie of in andere taakgerelateerde situaties. Soms wil men juist gezien worden als dom en onwetend. Dat kan allerlei redenen hebben. Vrouwen laten wel eens hun partner winnen met een spelletje om bij te dragen aan een goede sfeer, of ze verzwijgen hun verdiensten of

hun titels om anderen niet te intimideren; pubers verbergen hun kennis van seks en drugs ten behoeve van de gemoedsrust van hun ouders; bij competitie doen mensen vooraf wel eens alsof ze slecht gaan presteren om de tegenstander zand in de ogen te strooien; en gelukkig zijn er ook mensen die zich dommer voordoen dan ze zijn om te voorkomen dat anderen zich onzeker gaan voelen, of hen gaan zien als degene die alles beter kan.

Een verwante, maar minder sympathieke vorm van zelfpresentatie is de variant waarbij mensen zich afhankelijk en hulpbehoevend opstellen. Het is dan vaak de bedoeling te zorgen dat een ander een vervelend klusje voor je doet ('Help, ik weet niet hoe dat moet!') of een op het punt van vertrek staande geliefde bij je te houden en een schuldgevoel te bezorgen ('Ik kan niet verder zonder jou!'). Uit mijn onderzoek onder lezers van *Psychologie Magazine* bleek dat dit slachtofferige gedrag heel ver kan gaan bij vrouwen, bijvoorbeeld je expres niet opmaken zodat je er slecht uit ziet als je ex komt om over de bezoeksregeling te praten. Overigens kunnen mannen ook zwak en zielig doen, maar zij doen het alleen bij hun vrouw/vriendin, met de bedoeling om aandacht en zorg te krijgen ('Ik heb zo'n nare dag gehad!').

De tegenhanger van zwak en zielig, onafhankelijk, is een interessante vorm van zelfpresentatie. Hierbij is het vaak de bedoeling anderen te laten zien dat het je niet kan schelen wat ze van je denken; dat je 'jezelf' bent en dus feitelijk helemaal niet aan zelfpresentatie doet. In onze cultuur is er een sterke norm voor individualisme en 'echtheid'. Mensen mogen zich niet anders voordoen dan ze zijn (niet beter, maar ook niet slechter). Dit is zeker in Nederland heel sterk: 'Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.' We vinden eigenlijk dat mensen niet aan zelfpresentatie zouden mogen doen. Vanuit deze norm zijn hele volkstammen dagelijks in de weer om maar vooral te laten zien hoe onafhankelijk ze zijn, door precies het tegengestelde te doen van wat passend en aangepast zou zijn. (Sinds het succes van Pim Fortuyn zien we het ook steeds vaker op televisie.) In de meeste gevallen is hier helemaal geen sprake van echte autonomie: door juist tegen de norm in te gaan ben je nog steeds reactief. En het doel is nog steeds om invloed uit te oefenen op het beeld dat anderen hebben – in dit geval een beeld van een autonome persoon die 'zichzelf' is. Een beeld dat ook altijd gretig naar voren wordt geschoven door deelnemers van real-life soaps à la Big Brother die weggestemd worden door publiek of door mededeelnemers: 'Ik ben tenminste mezelf gebleven.'

Zelfpresentaties worden vaak afgestemd op de doelen en belangen van het moment en op kenmerken van het publiek. Dit betekent dat mensen in veel sociale interacties een hoop te doen hebben: zich een beeld vormen van de ander, hun zelfpresentaties daarop afstemmen, aftasten hoe hun gedrag overkomt, eventueel bijstellen, voorkomen dat de ander een onjuist beeld van hen krijgt, en dan ook nog voorkomen dat ze zelf een onjuist beeld van de ander krijgen. Hoe mensen al deze activiteiten tegelijkertijd reguleren hoop ik in de komende jaren te onderzoeken samen met Wendy van Rijswijk. Uitgangspunt in dit onderzoek is dat mensen

niet tegelijkertijd optimaal kunnen zijn in zowel persoonswaarneming als zelfpresentatie. Afhankelijk van hun doelen, zal dus ofwel het één ofwel het ander de aandacht krijgen, met als gevolg dat het ander respectievelijk het één eronder te lijden heeft. Ben je afhankelijk van het gedrag van de ander, dan zul je je vermoedelijk concentreren op persoonswaarneming ('Zou die tuinman wel doorwerken als ik hem per uur betaal?'), en dan zal de zelfpresentatie minder effectief zijn. Men vaart op de automatische piloot, met als mogelijk gevolg dat men zichzelf té positief presenteert en de bescheidenheid uit het oog verliest. Immers, een positieve zelfpresentatie is voor de meeste mensen tweede natuur; bescheidenheid vraagt extra aandacht en correctie van de natuurlijke neiging jezelf op te blazen.

Ben je afhankelijk van iemands oordeel over jou, dan zul je je eerder richten op de zelfpresentatie, en zal de waarneming van de ander niet optimaal zijn. Een mogelijk voorbeeld hiervan is het *spotlight effect*, onderzocht door Gilovich: mensen overschatten de mate waarin anderen op hen letten, vermoedelijk doordat ze zo op zichzelf letten en onvoldoende corrigeren voor het feit dat anderen iets anders te doen hebben. In het extreme geval zitten twee mensen allebei vreselijk hun best te doen om indruk te maken op de ander, en doen ze dat allebei voor niets doordat ze zo met zichzelf bezig zijn dat ze de ander niet echt zien.

### *Zelfverheffing en zelfwaardering*

Ik heb al een paar keer verwezen naar de belangrijke rol van het ego. We zoeken in het contact met anderen voortdurend naar bevestiging van ons zelfbeeld. Een negatieve beoordeling, een gesprek dat stroef loopt, onzekerheid of een ander je wel leuk vindt, het kan allemaal de stemming flink bederven. Voortdurend zijn we bezig om aardig gevonden te worden. (Ja, ook mensen die zeggen dat dat ze niets kan schelen. Die zijn vaak het ergst.) We laten ons liever geld afhandig maken door een hielenlikker dan dat we diens overdadige lof over ons in twijfel trekken. We gaan nog liever dood dan dat we door anderen verguisd worden. (...)

Mensen ontlenen hun zelfwaardering goeddeels aan bevestiging door anderen. Sociaal psychologen beschrijven hoe dat werkt, en verklaren waarom het zo werkt. Om een positief zelfbeeld overeind te houden, schrijven mensen hun mislukkingen toe aan externe factoren; ze vergelijken zichzelf met anderen die slechter af zijn; ze stereotyperen en devalueren leden van andere groepen; ze onthouden hun successen beter dan hun falen; ze overschatten hun eigen aandeel in groepsbeslissingen en -activiteiten; ze slaan zich op de borst vanwege de successen van andere personen met wie ze zijdelings geassocieerd zijn; en wanneer hun ego onverhoopt toch bedreigd wordt, hebben ze geen aandacht meer voor anderen en proberen ze zich te rehabiliteren door te vertellen hoe goed ze zijn. Niet zo prettig allemaal, maar het alternatief is evenmin aantrekkelijk: mensen die dit allemaal niet doen en een realistische kijk op zichzelf hebben, zijn meestal depressief.

Zoals gebruikelijk in de sociale psychologie komt hier een cynische kijk op de mens en de wereld naar voren. Psychologisch gezonde mensen hebben weliswaar een positief zelfbeeld, maar dat zelfbeeld is kennelijk niet gegeven: het is iets dat steeds opnieuw weer verworven en beschermd moet worden. Alleen door middel van schaamteloze zelfverheffende ego-exercities houden mensen hun zelfwaardering –en daarmee het grootste deel van hun levensvreugde– in stand.

Maar is dat nu wel zelfwaardering? vragen onderzoekers en studenten zich steeds vaker af. Is het niet veel meer een flinterdun laagje dat met verbeterheid beschermd moet worden? Zou al die zelfverheffing nodig zijn als mensen échte zelfwaardering hadden? En hoe kom je daaraan?

Om die vraag te beantwoorden moeten sociaal psychologen misschien het niveau van de beschrijvende en verklarende uitspraken ontstijgen. Niet vertellen hoe het is, maar hoe het zou kunnen zijn, in een betere wereld, met leukere mensen. Dat doen we niet graag (men mocht eens denken dat we positivo's zijn...) maar als ik me niet vergis zijn er toch ook geluiden te horen die hoop geven. Volgens de zelfbepalingstheorie van Deci en Ryan is het mogelijk dat mensen zelfwaardering opbouwen door authentiek te zijn; door te leven vanuit hun eigen innerlijke waarden en drijfveren. Ik praat nu over écht authentiek en niet reactief 'Kijk mij eens onafhankelijk mezelf zijn.' Dit zou betekenen dat datgene wat mensen voortdurend doen – hun zelfwaardering zoeken via anderen – in feite een averechts effect heeft. Je past je aan aan wat anderen van je willen en verwachten. Dé manier om een instabiel zelfbeeld op te bouwen, dat afhankelijk is van de reacties uit de omgeving. Dé manier om ten prooi te vallen aan al die onhebbelijkheden die vervolgens nodig zijn om dat kwetsbare zelfbeeld krampachtig te beschermen.

Ik besteed hier aandacht aan om twee redenen. Ten eerste denk ik dat het idee van een écht positief zelfbeeld en van échte autonomie implicaties kan hebben voor allerlei andere deelgebieden binnen de sociale psychologie. Bijvoorbeeld: idealiter zullen mensen met echte zelfwaardering veel beter in staat zijn zich te verplaatsen in anderen, en ze zullen in een groep of een complete samenleving meer oog hebben voor het collectieve belang en het grote geheel; immers, de 'eigenheid' hoeft niet zo streng bewaakt te worden. Ook zullen ze zich onbevangen en niet defensief kunnen opstellen tegenover een overredende boodschap die tegen de eigen mening in gaat, en minder geneigd zijn om zich bij voorbaat al te wapenen tegen mogelijke beïnvloeding door anderen; vanuit een stabiel gevoel van autonomie is beïnvloeding door anderen niet bedreigend en is het ook niet nodig steeds maar weer de eigen onafhankelijkheid te demonstreren.

De tweede reden is dat ik, na tientallen jaren cynisme in de sociale psychologie (waar ik overigens met veel plezier aan heb bijgedragen), het idee heb dat het tijd is voor een meer positief geluid. Meer bevlogenheid, meer bezieling. Ik denk dat daar behoefte aan is, maar misschien is het beter om gewoon te zeggen: ik heb er behoefte aan.

## *Bezieling*

Daarmee kom ik terecht bij de manier waarop wij wetenschap bedrijven. Tot nu toe heb ik het gehad over de sociale waarnemer die op zijn beurt wordt waargenomen door anderen; die daar in het sociale verkeer rekening mee houdt door aan zelfpresentatie te doen, en er ook weer rekening mee houdt dat anderen dat ook doen. De titel van mijn rede verwijst naar nog een tweede manier waarop de waarnemer wordt waargenomen: door ons, sociaal psychologen. In eerste instantie lijkt dat wezenlijk anders. Zij – sociale waarnemers in het dagelijks leven – zijn niet wetenschappelijk, wij wel. Zij hebben allerlei doelen en belangen die hun waarnemingen kleuren; wij niet. (Gelooft u het nog?) Zij hebben zelf geen idee waarom ze doen wat ze doen; wij weten waarom zij doen wat ze doen, want we hebben een heel onderzoeksinstrumentarium, ontleend aan de functieleer. En misschien nog wel belangrijker, wij hebben de experimentele methode, ontleend aan de natuurwetenschappen.

De sociale psychologie is begonnen als psychologie van het dagelijks leven. Pioniers op het gebied van persoonswaarneming, zoals Heider, Asch, en Jones, keken om zich heen. Hun inspiratie lag op straat. Zoals ik al eerder zei, hebben we in de loop der tijd een steeds grotere kloof gecreëerd tussen de dagelijkse werkelijkheid en ons onderzoekslaboratorium. We hebben de sociale waarnemer gereduceerd tot een onderzoeksobject. Onze laboratoria zijn kleine experimenteerfabriekjes geworden waar lopende bandwerk wordt verricht. En ik moet zeggen, we maken mooie spullen. Maar we zijn soms zo gefixeerd op het vervolmaken van de onderdeeljes, dat we het grote product waar het eigenlijk om begonnen was uit het oog verliezen. We weten hoe we de speld moeten vinden, maar we zijn het zicht op de hooiberg helemaal kwijt. We denken teveel aan vragen als ‘Hoe meten we dit in het lab’ en ‘Hoe krijgen we dit gepubliceerd’, en te weinig aan vragen die interessant zijn. We nemen genoeg met halve antwoorden op onze vragen. Als ons artikelje geaccepteerd is, dan is het klaar en gaan we de volgende speld zoeken.

Dat heeft ons overigens geen windeieren gelegd. De Nederlandse sociale psychologie is internationaal gezien zeer succesvol. We staan met z'n allen in het gezaghebbende *Journal of Personality and Social Psychology*, we halen zoveel subsidies binnen dat we amper weten waar we het personeel vandaan moeten halen, en we zijn op internationale congressen zwaar oververtegenwoordigd vergeleken met de rest van Europa. We kunnen tevreden zijn. We worden voor vol aangezien door onze grote broer, de Amerikaanse sociale psychologie. En binnen de hiërarchie van wetenschappen doen we het ook goed. Hoe ‘harder’ de onderzoeksmethode, hoe meer de proefpersoon geobjectiveerd wordt, hoe serieuzer. Gewoon aan mensen rechtstreeks vragen wat ze denken en voelen is voor mietjes.

Toch ben ik blij dat ik het gedaan heb in het eerder aangehaalde onderzoek onder de lezers van *Psychologie Magazine*, en in het onderzoek naar effecten van slijmen. Een proefpersoon die zegt ‘Hè? Iemand die iets aardigs zegt over mij? Wat lief van haar!’, zegt meer dan die twintig kwantitatieve metingen die ik ook nog had. Let wel, ik wil niet zeggen dat we nu in dialoog moeten met de proefpersoon en al die andere methoden moeten

vergeten. Al die maten tezamen vullen elkaar aan. De eigen woorden van de proefpersoon, die in de sociale wetenschappen gelukkig wél terug kan praten tegen de onderzoeker, de antwoorden op antwoordschaaltjes, de reactiesnelheid, en straks de MRI-scans en andere fysiologische en neurologische metingen; tezamen geven ze een beeld van datgene wat we willen weten: wat mensen beweegt, wat ze denken, wat ze voelen.

*Waarom grote jongens soms klein blijven*

Waarom toch die uitgesproken voorkeur onder veel collega's voor harde, aan de psychonomie ontleende onderzoeksmethoden? Voor een deel heeft dat te maken met het onderzoeksgebied. Als je automatische processen bestudeert, dus processen waarvan mensen zich niet bewust zijn, heeft het weinig zin er expliciet naar te vragen, want ze zijn zich er niet van bewust. Maar ik wil u nog een andere verklaring ter overweging geven. De sociale cognitie heeft een instabiel zelfbeeld. Een positief zelfbeeld, maar instabiel. Met als gevolg dat de sociale cognitie ten prooi is aan al die onhebbelijke zwakheden zoals het omlaag halen van andere groepen, intellectuele arrogantie en imperialisme, en het zoeken van bevestiging en associatie met meer gewaardeerde groepen.

Wie zijn die meer gewaardeerde groepen waar wij zo tegen opkijken? Voor Nederlandse sociale cognitie-onderzoekers zijn dat er twee. De Verenigde Staten en de bètawetenschappen.

Om met het eerste te beginnen, wil ik u een citaat voorlezen uit het boek *Nooit meer slapen* van W.F. Hermans (p. 71). Een Noorse wetenschapper zegt hier:

Zo zijn wij altijd eerder geneigd een buitenlander te geloven dan een landgenoot, zelfs als die landgenoot het beter weet. ... Als een Amerikaan iets beweert en een Noor spreekt het tegen, zeggen ze: hij is niet op de hoogte! Hij is maar een provinciaal! Hij moest eens een jaartje naar Amerika gaan! In een klein land zijn het altijd de naäpers die het hoogst staan aangeschreven en dat geldt op alle gebieden.

Ik ben bang dat wij in Nederland ook bezig zijn in deze valkuil te lopen. Onze grote broer, de Amerikaanse sociale cognitie, is ons rolmodel. Zijn erkenning willen we, en die hebben we gekregen. Onze Amerikaanse collega's hebben, anders dan hun regering, weinig last van benepenheid, chauvinisme en arrogantie. Zij letten op ons, ze zoeken naar het eigene van de Nederlandse sociale psychologie. Maar hoe moeten ze dat zien als wij voornamelijk bezig zijn met voortborduren op hun ideeën en hun methodes?

Dan ons andere rolmodel. In de pikorde van wetenschappen staan de exacte wetenschappen bovenaan. Binnen de psychologie hebben de richtingen die daar het meest op lijken de meeste status: de fysiologische en neuropsychologie en de psychonomie, gevolgd door de sociale cognitie. Die 'harde' richtingen, daar willen we bij horen. Op deze manier zijn we nu al geruime tijd met z'n allen bezig natuurwetenschappertje te spelen, met onze computertjes en onze experimenteerfabriekjes. Ik gebruik nu opzettelijk verkleinwoordjes, want ik vind dat we ons een beetje gedragen als kleine kinderen die spelen dat ze groot zijn.

Ons spelletje is helemaal niet ‘menens’. In de natuurwetenschappen zijn onderzoeksresultaten repliceerbaar. Het is heel gebruikelijk dat voor een artikel diverse replicaties worden uitgevoerd, en als iemand ergens in de wereld er niet in slaagt een resultaat te repliceren, wordt degene die het heeft beschreven meteen van fraude verdacht. Zo niet in de sociale cognitie. Het gebeurt ons de hele tijd dat we resultaten van anderen niet repliceren. Kan gebeuren, zeggen we dan. De sociale werkelijkheid is nu eenmaal weerbarstig. We vinden het zelfs doodnormaal om dan te denken: ‘Zij zullen het ook wel eerst vijf keer hebben geprobeerd voordat het lukte.’

Als een paradigma eenmaal werkt houden we onze adem in bij vervolgonderzoek. Niks veranderen, anders lukt het niet meer! Maar als het zo nauw komt kijken, wat zeggen de resultaten dan nog over wat er daar buiten in de wereld gebeurt? Sommigen van ons hebben zich er allang bij neergelegd dat ze daar niets over zeggen. Wij hebben ons eigen wereldje gebouwd, en onze uitspraken gaan over dat wereldje. We spelen dat we groot zijn. We zijn de baas in ons poppenhuis. We voelen ons verheven boven onze proefpersonen. We doen neerbuigend over onderzoekers die een andere benadering volgen. We doen nauwelijks pogingen om aan de buitenwereld te communiceren waar ons vak over gaat. Dat snappen ze toch niet.

Ons positieve zelfbeeld is zo wankel als dat van de gemiddelde proefpersoon in onze onderzoeken, en veel van ons gedrag is dientengevolge net zo onsympathiek.

Het wordt tijd om volwassen te worden. Te kijken wat nu de echt interessante vragen zijn; niet achter grote broers aan te hobbelen, maar juist op zoek te gaan naar onze eigenheid; onze zelfwaardering te ontlenen aan intrinsieke drijfveren –de wezenlijke interesse in de mens die we allemaal hebben– en wat minder aan publicaties en citaties en de vraag of anderen ons wel voor vol aanzien. Eindelijk eens ophouden met onszelf te bewijzen. Ik denk dat dat veel rust zal geven; meer gelegenheid om grote lijnen uit te zetten, om door te vragen naar het wezen van wat mensen denken, doen en voelen; meer inspiratie en bezieling. Daar heb ik behoefte aan, en daar ga ik iets aan doen.

### *Dank*

Toen ik ruim drie jaar geleden naar Nijmegen kwam, had ik nog geen enkel idee dat ik korte tijd later persoonlijk hoogleraar zou worden. Die benoeming is vooral te danken aan de inzet van de decaan, Jan Gerris, en van Ad van Knippenberg. Hun snelle reactie, en dat aan een logge instelling als een universiteit, heeft echt indruk op mij gemaakt. Dank daarvoor. Ik denk Ad, dat je je in de twee jaar daarna wel eens achter de oren hebt gekrabd en hebt gedacht ‘Waar ben ik hemelsnaam aan begonnen’. Dat heb ik namelijk ook gedacht... Van belang is wat mij betreft dat we uiteindelijk dezelfde dingen willen met de sectie, en bovenal dat we veel waardering hebben voor elkaar. De komende tijd zullen er belangrijke vernieuwingen zijn aan onze afstudeerrichting, en ik acht mezelf zeer bevoorrecht dat ik bij al deze ontwikkelingen ruimte heb voor mijn initiatieven en tegelijkertijd zonder enige

aarzelings zoveel initiatieven aan anderen over kan laten. Aan jou, Ad, maar ook aan alle andere medewerkers, ook de post-docs en de aio's die allemaal veel werk doen voor de sectie en de afstudeerrichting, en die dat stuk voor stuk heel goed en professioneel doen. Ik heb net wat gefulmineerd tegen intellectuele arrogantie, maar ik moet wel toegeven dat die arrogantie deels niet misplaatst is; ik ben in veel opzichten héél tevreden over wat we met z'n allen hebben opgebouwd. In het bijzonder wil ik ook mijn eigen promovendi bedanken, Jaap Ham, Miquelle Marchand, Mariëlle Stel, Raymond Smeets, Aafje Brandt, en post-doc Wendy van Rijswijk, voor de prettige samenwerking in de afgelopen periode. Marijke Crum wil ik bedanken voor de ondersteuning in de afgelopen jaren, ook bij de voorbereidingen voor deze dag, en vooral voor het altijd meedenken en geïnteresseerd zijn in wat er gaande is; dat is iets wat ik heel erg waardeer.

Ik heb in Leiden gestudeerd en er ook lange tijd gewerkt. De collega's –voorheen docenten– in Leiden hebben lange tijd mijn intellectuele omgeving gevormd. Namen noemen is riskant omdat je ook namen níet noemt, maar toch: Dancker Daamen, Hans Knegtmans en Peter de Heus wil ik in elk geval bedanken voor alle wijsneuzigheden, spitsvondigheden en onderhoudende gesprekken over de meest triviale onderwerpen. Ik heb met heel veel plezier bij de Leidse psychologie gestudeerd en gewerkt.

Nog verder terug in de tijd: Ik wil mijn ouders bedanken. Heb ik nog nooit gedaan, mag nu wel eens: omdat ze mij altijd hebben gestimuleerd en mij het vertrouwen hebben gegeven dat ik zelfstandig kan denken.

Alle aanwezigen bedankt dat u vandaag hier gekomen bent. U merkt het niet altijd, maar u bent allen een bron van inspiratie. Niet zozeer door gesprekken over het vak, maar veel meer doordat u allen het gewone sociale leven vertegenwoordigt waar mijn vak over gaat. Ik hoop in de toekomst zelf ook een bron van inspiratie te zijn – voor collega's, promovendi en studenten, door nieuwe ideeën wakker te roepen en onderzoek te stimuleren waar mensen warm of koud van worden; maar ook voor u allen, door kennis uit de sociale psychologie toegankelijk te maken, en daarmee de geest te prikkelen en bij te dragen aan meer zelfkennis.

Het is de hoogste tijd dat u weer iets terug kunt zeggen.

Dank voor uw aandacht.