

Zijn we baas in eigen brein?

Door Dave Krajenbrink

Ons leven lang nemen we om de haverklap beslissingen. Maken we die keuze bewust of beslissen onze hersenen? Wanneer de vrije wil niet bestaat, zoals sommige neurowetenschappers beweren, kunnen we misdadigers dan wel verantwoordelijk houden voor hun daden? Kortom, zijn we baas in eigen brein?

Een spijkerbroek die wordt aangeprezen door Britney Spears, net zo'n keuken als Louis van Gaal, beter kunnen golfen met clubs van Tiger Woods. Meer en meer zetten reclamebureaus bekende personen in om het waar van hun opdrachtgever aan te prijzen.

Het is een illusie dat consumenten zich daar niet door laten beïnvloeden, betoogt prof. dr. Ir. Ale Smidts, hoogleraar marketingonderzoek en neuromarketing-wetenschapper. Wanneer de boodschap zowel onze behoefte, als geheugen en vertrouwen aanspreekt, gaan we voor de bijl.

Smidts onderzocht de hersenactiviteit bij 24 vrouwen, terwijl zij iedere seconde 180 bekende personen en 180 producten te zien kregen. Vervolgens werden de beroemdheden gekoppeld aan even zoveel nieuwe producten. Uit de resultaten zijn volgens Smidts in ieder geval twee conclusies te trekken: producten worden beter onthouden wanneer het imago van de beroemdheid klopt met het product, Britney Spears en spijkerbroek. De intentie om het product ook aan te schaffen wordt groter wanneer die bekende persoon als expert wordt gezien en vertrouwen wekt, Tiger Woods en golfclubs.

Manipulatie

Reclamemakers lijken in principe een gouden formule in handen te hebben. Toch gaat volgens Smidts 50 procent van de reclamecampagnes waarin beroemdheden in worden opgevoerd mis, omdat niet de juiste combinatie is gemaakt. Denk aan Celine Dion en Chrysler of Louis van Gaal en Brugman Keukens. Met een dergelijke mislukte campagne gaan bedrijven voor miljoenen het schip in.

Smidts: "Door neurowetenschappen te combineren met economie en marketing kunnen we dit percentage wellicht terugbrengen tot 48 procent. Dat betekent een flinke stimulans voor de economie."

Nog meer manipulatie door de reclamebranche? "Waarom die kennis niet aanwenden ten behoeve van de consument," vraagt iemand uit het publiek zich af. "Het zou kunnen voorkomen dat we onnodig aankopen doen."

Volgens Smidts maakt dit onderzoek reclame niet effectiever. "Als de behoefte aan het product er niet is, zal de boodschap volledig langs je heen gaan. Het heeft alleen effect wanneer de informatie relevant is, omdat je op dat moment op zoek bent naar een nieuwe auto of keuken, én de reclame de juiste combinatie van bekende expert en product heeft. Wanneer de buurman iets aanprijst, geloof je hem ook." Smidts plaatst wel een aantal kantekeningen bij reclamebeïnvloeding. "Kinderen zijn zich niet bewust dat reclameboodschappen commercieel bedoeld zijn. Zij zien dit onderscheid niet."

Bewust handelen

Consumenten zijn dus niet helemaal overgeleverd aan de commercie. Als we geen behoefte hebben aan een nieuwe tv, mooi jasje of een tennisracket van André Agassi, gaat de hele boodschap aan ons voorbij. Maar is behoefte, de aandrang om te handelen, wel gebaseerd op onze vrije wil of bepalen onze hersenen dat? Wie of wat is nu eigenlijk verantwoordelijk voor ons handelen?

“De moraal zit verankerd in onze hersenen,” stelt de Belgische moraalfilosoof dr. Jan Verplaetse. “Het is aan de mens om slecht gedrag weer goed te maken door opvoeding van ouders en omgeving. Straffen en belonen.”

Prof. dr. Corine de Ruiter van het Trimbos Instituut en hoogleraar Forensische psychologie aan de universiteit van Maastricht, komt tot een andere conclusie. Uit Amerikaans onderzoek blijkt dat bij sommige kinderen die agressief of sadistisch zijn geen enkel verband bestaat met opvoeding. Een deel van hersenen functioneert niet als gevolg van een geboortefwijking of omdat zij door mishandeling hersenschade hebben opgelopen. De Ruiter: “We kunnen nu al bij kinderen van drie jaar oud voor 85 procent vaststellen of zij later zullen ontsporen of ernstig crimineel gedrag gaan vertonen.”

Grondrechten

Wat betekent die kennis voor de omgang met deze kinderen in onze samenleving? Moeten we als maatschappij dan kinderen waarbij deze diagnose is gesteld, isoleren?

Verplaetse: “In dit voorbeeld lijkt mij geen sprake te zijn van een ethisch dilemma. Je kunt niet in die zin preventief optreden omdat je de diagnose niet voor 100 procent kunt vaststellen. Maar gesteld dat je na medicijnbehandeling met hersenonderzoek kunt vaststellen dat de behandeling heeft geholpen, moet je die geneesmiddelen verplichten.”

“Het is de vraag of je mensen kunt dwingen die middelen te gebruiken,” vindt Heleen Jansen, juridisch specialist bij het ministerie van Binnenlandse Zaken. Zij houdt zich bezig met de vraag of als gevolg van resultaten uit de hersenwetenschappen, de grondwet moet worden aangepast. De Ruiter pleit voor meer hersenonderzoek onder gedetineerden, maar het ministerie van Justitie is niet ruimhartig in het meewerken aan dergelijke onderzoeken.

Jansen: “Bij de overheid bestaat de behoefte om zoveel mogelijk gegevens van burgers in kaart te brengen. Maar in hoeverre moet je toelaten dat de overheid in je hoofd kijkt. Het grondrecht van de persoonlijke levensfeer komt daarmee nog meer onder druk te staan.”