

WAT VOOR DE HAND LIGT, HOUDT HET BREIN VOOR WAAR

Paul Postma

Ooit een voorstel tussen de stukken voor je managementvergadering gekregen dat er zó logisch uitzag dat je het er bij eerste oogopslag al mee eens was? Pas op! Dat zijn de gevaarlijkste voorstellen. Wat voor de hand ligt, houdt het menselijk brein maar al te gemakkelijk voor waar. En als je brein zich die 'waarheid' heeft eigen gemaakt, kan het van alles verzinnen om daar argumenten bij te bedenken. Ook als er niets van klopt. Geloof je het niet? Kijk dan even naar onderstaande bewering.

Een blocnote en een pen kosten samen € 1,10. De blocnote kost € 1,00 meer dan de pen. Wat kost de pen? Wel, de pen kost dan € 0,10. Logisch toch? Reken eens even na. Hm..., als de pen 10 cent kost, en de blocnote dus een euro, dan kost de blocnote dus, eeh... € 0,90 meer dan de pen. Het antwoord is dus fout. Het goede antwoord is dat de pen € 0,05 kost en de blocnote € 1,05. Want dan is het verschil een euro. Geneer je niet als je het fout had, want ik tuinde er zelf ook in. Hoewel, wat is intuïnen? Ons brein zit nu eenmaal zo in elkaar dat wij voor de hand liggende gedachten accepteren als juiste gedachten. Zo zijn we gedurende de evolutie in elkaar gesleuteld, omdat je met die benadering er in de meeste gevallen in slaagde te overleven te midden van slangen, leeuwen en andere gevaren.

Als je eenmaal op dit principe bent geattendeerd, zie je het overal om je heen. *"Musea moeten gratis zijn want cultuur is voor iedereen"* is er zo een. In een opdracht werd ik er mee geconfronteerd. Op het eerste oog lijkt er geen speld tussen te krijgen. Cultuur is voor iedereen en er mag dus geen financiële belemmering zijn. Helaas! Uit de ervaring van de landen die musea - al dan niet tijdelijk - gratis hebben gemaakt, blijkt dat omvang en samenstelling van het bezoek met of zonder toegangsprijs niet verschillen. Alleen als je er een grote campagne omheen maakt, komen er tijdelijk meer mensen. Maar als het niet gratis is, krijg je ook meer mensen dankzij een campagne. En altijd tijdelijk. Dan heb ik het nog niet over de vraag wat een museum is, wat cultuur is, en nog wat van die lastige kleinigheden. Toegangsprijs blijkt geen invloed te hebben op cultuurconsumptie. De reis erheen was al duurder, nog los van de tijd die je moet vrijmaken.

Nu is dit een vrij onschuldig voorbeeld, maar dat kan niet van alle voorbeelden worden gezegd. Wat dacht je van de rechtspraak? Tunnelvisie heet het daar. De politie, het openbaar ministerie en/of de rechter hebben al besloten wie de dader is voor het bewijs is geleverd. Maar dat wordt er later wel bij geconstrueerd. Met alle gevolgen van dien.

Wat moet je hiermee als manager? Wel, lees een voor de hand liggend voorstel drie keer en reken het goed na. Maar mocht je zelf een voorstel graag moeiteloos willen doordrukken, dan weet je nu hoe dat moet. Schrijf het zo, dat het zeer voor de hand lijkt te liggen. Niemand rekent het na. Iedereen gelooft direct dat het goede antwoord € 0,10 is.

Paul Postma is auteur van onder meer "Het Breinboek voor managers- wat je moet weten van denken en gedrag", Business Contact, Amsterdam 2009.