

Zo word je je eigen onbewuste de baas

Veel beslissingen nemen we zonder dat we ons ervan bewust zijn. Hoe kunnen we die automatische piloot uitzetten en weer zélf het stuur ter hand nemen? Oscar David van TIAS School for Business and Society legt het uit.

19 april 2017

De in Nederland wereldberoemde uitspraak van Johan Cruijff: 'Je gaat het pas zien als je het doorhebt' is eigenlijk niet veel anders dan een moderne formulering van een eerdere ontdekking van Sigmund Freud. De pionier in de westerse psychologie was namelijk de eerste die openlijk constateerde dat de mens zich maar ten dele bewust is van wat zich in zijn eigen binnenwereld afspeelt.

'Ik bén NIET bóós!'

Het feit dan we ons ergens niet bewust van zijn, betekent natuurlijk niet dat het niet bestaat. Als ik zég dat ik niet boos ben, betekent dat op zich niet zoveel. Misschien ben ik inderdaad niet boos, maar het kan ook zijn dat ik wel boos ben, maar me er simpelweg niet bewust van ben. Dat betekent nog niet dat ik lieg, het kan ook dat ik het gewoon niet zie.

Hoe groter het taboe, hoe groter het onbewuste

Hoe groter het taboe of ongemak rond een thema, hoe groter de kans dat gedachten of gevoelens over dat thema in het onbewuste belanden. Dat proces vindt plaats bij individuen, maar ook in families, in teams, in organisaties en in de samenleving als geheel.

De meeste leiders kennen het effect ook maar al te goed. Het is het effect van de onderstroom. Als de leider zegt: 'Kom, we gaan naar links', terwijl er een sterke onderstroom naar rechts is, dan is de kans klein dat er überhaupt iets gaat bewegen. De leider heeft dan het onbewuste, de onderstroom, niet onderkend of onvoldoende meegenomen in zijn afwegingen.

Agressie, lust en andere instincten

De wetenschappelijke onderbouwing van Freuds werk liet lang te wensen over. Dat is de laatste jaren nogal veranderd. Neurologisch onderzoek heeft veel bewijs gevonden voor het onderbewuste. Daarbij is echter ook duidelijk geworden dat de manier waarop Freud het onbewuste beschreef, niet volledig was.

Volgens Freud bestaat het onbewuste namelijk vooral uit verdrongen materiaal: gevoelens, gedachten en herinneringen die het daglicht niet goed kunnen verdragen omdat ze afwijken van wat binnen de cultuur als acceptabel wordt gezien. Denk: agressie, lusten en andere instincten.

Ook neutrale informatie zit in het onbewuste

Uit neurologisch onderzoek blijkt echter dat het niet alleen de door de cultuur ongewenste gevoelens en verlangens zijn die in het onbewuste worden opgeslagen. Het gaat vaak ook om informatie die neutraal van aard is, maar die ons wel sterk beïnvloedt bij onze besluitvorming.

Dat laatste is relevant als het om macht gaat. In *Subliminal: How your Unconscious Mind Rules your Behavior* beschrijft Leonard Mlodinow hoezeer het onbewuste onze hersens beïnvloedt, terwijl we denken dat ons verstand aan het roer staat. Hij toont ook aan dat, (anders dan Freud beweert) het onbewuste geen krocht in het duister is met allerlei verdrongen gevoelens, maar dat het juist aan de oppervlakte ligt en zo allerlei dagelijkse besluiten beïnvloedt.

Van Wall Street tot Coca-Cola: het onbewuste is overal

Zijn boek bevat tal van mooie voorbeelden, zoals een onderzoek waaruit blijkt dat effectenmakelaars op Wall Street – onbewust – meer risico's nemen op zonnige dagen dan bij somber weer. Ook heeft hij het over cola. Hoe komt het toch dat mensen over het algemeen de voorkeur geven aan Coca-Cola, terwijl Pepsi in bijna alle smaaktesten beter scoort? Ook hier speelt het onbewuste een rol, zo blijkt: Coca-Cola scoort bij het publiek hoger op vertrouwbaarheid. Ondanks de mindere smaak, leidt dat onbewust dus tot voorkeur voor Coca-Cola.

Democratische ratten?

Een ander voorbeeld dat Mlodinow noemt is dat van de Amerikaanse verkiezingscampagne, waarin Republikein George W. Bush het opneemt tegen Democraat Al Gore. De Republikeinen zenden in die campagne commercials uit waarin heel kort het woord 'democRATS' te zien is (met de letters 'rats' in hoofdletters).

De makers van de advertentie kenden de invloed van zogenoemde ‘subliminale’ boodschappen: informatie die wordt opgeslagen in de hersens, zonder dat iemand zich daarvan bewust is. En de werking van die onbewuste boodschappen kunnen we zelf niet tegenhouden. Reclamemakers maken daar dan ook op allerlei manieren graag gebruik van.

We kunnen de automatische piloot uitzetten

Als we ons bewust zijn van een zekere invloed op onszelf, kunnen we ingrijpen en een keuze maken die afwijkt van de informatie die we hebben gekregen. Oftewel: we kunnen dan de automatische piloot uitzetten en zelf sturen. Hoe beter we ons onbewuste kennen, hoe meer macht we over onszelf hebben, en hoe minder overgeleverd we zijn aan de macht die het onbewuste over ons heeft.

Over de auteur

Oscar David is adjunct professor bij TIAS en docent van het [TIAS Senior Executive Program \(https://www.tias.edu/opleidingen/certificaatprogrammas/detail/senior-executive-program\)](https://www.tias.edu/opleidingen/certificaatprogrammas/detail/senior-executive-program), het programma voor ambitieuze senior professionals. In zijn boek ‘Macht! Van instinct tot integriteit’ beschrijft hij de werking en dynamiek van macht.

© MT MediaGroep