

Mensen zijn gemakkelijk voor de gek te houden. We zitten psychologisch nu eenmaal zo in elkaar dat als we kennis over de wereld verzamelen we allerlei fouten maken. Goochelaars en “paragnosten” maken handig gebruik van een aantal van de opmerkelijke cognitieve vertekeningen die tot die fouten leiden. Door te bestuderen hoe goochelaars ons voor de gek houden, leren we meer over onze eigen cognitieve vertekeningen en zijn we beter in staat om bedriegers te ontmaskeren, waardoor we in een betere wereld terecht komen.



Francis Bacon & The Prestige

Dr. Hans Dooremalen

Ver voordat psychologie een wetenschap was, merkte Francis Bacon (1561-1626) al op dat het van belang was voor kennisverwerking om de epistemologische vooroordelen – die hij *idols* noemde – op te sporen. Eén van de typen *idols* die hij bespreekt zijn de *idols of the tribe*: de epistemologische vooroordelen die we als mens hebben. Zo denken we bijvoorbeeld dat er meer regelmaat in de wereld is dan er in werkelijkheid is (Bacon 1620). Dit staat kennisverwerking in de weg.

Het is niet gemakkelijk om achter onze eigen vooroordelen te komen, maar het is wel mogelijk. Een manier om dat te doen, is te kijken wat de psychologische mechanismen zijn waar goochelaars gebruik van maken. We weten dan meer over onszelf en over onze kennisverwerking en bovendien hebben we dan ook een goed middel in handen om bedriegers als Derek Ogilvie, Char Margolis en Liesbeth van Dijk te ontmaskeren. Een probleem in deze kwestie is wel dat goochelaars niet graag hun trucs uitleggen. Toch zullen wetenschapsfilosofen en psychologen dat moeten doen, als we willen dat de nieuwe generatie wetenschappers kritisch is, en als we onze kennis in willen zetten voor een betere samenleving, zoals een samenleving waarin we kwetsbare mensen tegen bedriegers beschermen.

In een film over goochelaars, *The Prestige* (Nolan 2006), laat een oude Chinese invalide goochelaar een enorme visserkom met water verschijnen. Dat is zijn voornaamste truc. De echte truc zit hem erin dat hij niet invalide is, maar overal waar hij in het openbaar verschijnt zo onhandig loopt omdat hij de visserkom met water onder zijn kleren verstopt heeft. Voor de meeste mensen is het zo onvoorstelbaar dat iemand dit zou doen, dat de gedachte niet eens opkomt dat dit wel eens de uitleg van de truc zou kunnen zijn. Het effect (“the prestige”) is enorm, precies omdat we vastzitten in onze verwachtingen over hoe de wereld in elkaar steekt: een goocheltruc is afgelopen als de goochelaar in de taxi naar het hotel stapt. Hetzelfde effect zien we bij “mediums” als Ogilvie: hij houdt bij hoog en bij laag vol dat hij een echt medium is. Dit wekt bij mensen de indruk dat hij in ieder geval zelf overtuigd is van zijn “paranormale” gave: zijn hele leven zal toch geen leugen zijn? Maar dat is natuurlijk wel zo.

Wat voor veel mensen bijdraagt aan de geloofwaardigheid van iemand als Ogilvie, is dat hij dingen lijkt te weten over mensen in zijn publiek die hij onmogelijk kan weten. Die kennis moet hij dus wel van een geest gekregen hebben. Ook hier zien we weer de werking van onze gemankeerde geesten: we hebben liever een bovennatuurlijke verklaring dan geen verklaring. Veel mensen kijken dan niet verder dan hun neus lang

is en begrijpen niet dat “mediums” erg simpele trucjes gebruiken om hun enorme effecten teweeg te brengen. De vraag is dus: Hoe doet Ogilvie dat nou? Eén van de trucs zal ik hier uit de doeken doen, en net als bij de oude Chinese goochelaar in de film, is het eigenlijk teleurstellend simpel.

In één van zijn shows zou een geest Ogilvie vertellen dat de mevrouw waar hij mee in gesprek is een “mark on her knee” heeft (Ogilvie 2008, aflevering 1). Het is een vrij onbekend gegeven dat de meeste mensen een litteken hebben op de linker knie (Rowlands 1998/2005: 55). Andere statistische feitjes zijn dat de meeste mensen ‘rood’ zullen antwoorden als ze snel een kleur moeten noemen, en dat als je ze dan vraagt om aan een andere kleur te denken, de meesten dan blauw zullen nemen (Banachek 2000: 14). Ogilvie haalt ook nog een andere - misselijkmakende - truc uit, gebaseerd op hetzelfde principe. Vaak zegt hij tegen een mevrouw dat hij informatie doorkrijgt van haar ongeboren kind (Ogilvie 2008, o.a. in afleveringen 1, 2 & 3). Hoe kan Ogilvie weten dat deze dame een miskraam heeft gehad? Ook hier speelt weer onbekende statistiek een rol. Een Zweeds onderzoek laat zien dat van de vrouwen tot 39 één op de vier weten dat ze ooit een miskraam hebben gehad (Blohm et al. 2008). Tel daarbij de vrouwen op die zich herinneren over tijd geweest te zijn, en Ogilvie heeft een wel hele hoge kans goed te gokken. Die verbazing over zijn accurate informatie zit hem er dus in dat we niet op de hoogte zijn van dit soort statistische feitjes en dat we denken dat dingen als miskramen en littekens minder voorkomen dan werkelijk het geval is – een erg simpele truc dus.

Bacon wilde achterhalen hoe de wereld in elkaar stak om die kennis te gebruiken om terug te keren naar het paradijs op aarde. Dat paradijs heeft natuurlijk nooit bestaan, en dus is dat ook niet iets waar we naar terug kunnen. Maar Bacon had wel gelijk dat we wetenschap in dienen te zetten voor een betere samenleving. Dat is in mijn ogen ook een samenleving waarin we bedriegers die zich voordoen als mediums kunnen ontmaskeren als bedriegers.

Dr. Hans Dooremalen is wetenschapsfilosoof aan de Universiteit van Amsterdam en van Tilburg en geeft De Pen door aan Chantal Bax.



Referenties

- Nolan, C. (2006), *The Prestige*, Warner Bros. Pictures & Touchstone Pictures
- Ogilvie, D. (2008), *The Ghost Whisperer*, RTL4
- Rowland, I. (1998/2005), *The Full Facts Book of Cold Reading*, Full Facts Books: London
- Bacon, F. (1620/1962), *Novum Organon*, in *The Works of Francis Bacon*, Vol. IV, Friedrich Frommann Verlag: Stuttgart-Bad. Banachek (2000)
- Psychological Subtleties*, Blohm, E., B. Fridén & I. Milsom (2008), *A prospective longitudinal population-based study of clinical miscarriage in an urban Swedish population*, BJOG 115(2): 176-182