

**JONG GELEERD IS OUD GEDAAN...
DE APPEL VALT NIET VER VAN DE BOOM...
AL IS DE LEUGEN NOG ZO SNEL...**

Spreekwoorden. Zonder erbij na te denken, maken we er dagelijks gebruik van. Maar de maatschappij verandert voortdurend. Hebben we nog wel iets aan die eeuwenoude volkswijsheden? De hoogste tijd om te testen of die spreekwoorden nog wel bruikbaar zijn in de 21e eeuw.

Vanuit verschillende disciplines laten jonge onderzoekers hun licht schijnen op bekende spreekwoorden. Welke kunnen we handhaven, en welke zijn achterhaald?

Verder willen we aan de hand van de spreekwoorden verschillende wetenschappelijke disciplines presenteren aan een breed, jong publiek.

Deze folder bevat een toelichting op het project, vertelt je hoe je zelf een hoofdstuk kunt toevoegen en helpt je daar het publiek bij te betrekken.

Dus hup, open die laptop, aan die witte jas! Want je weet: ledigheid is des duivels oorkussen...



DOE MEE!

We zijn op zoek naar jonge wetenschappers die mee willen doen aan dit project. Ben je geïnteresseerd? Stuur een mail naar: j.w.bolderdijk@rug.nl Vermeld daarbij over welk spreekwoord je je zou willen buigen, en schets daarbij je aanpak. We nemen dan z.s.m. contact met je op.

Waar dit allemaal goed voor is? Je weet toch:



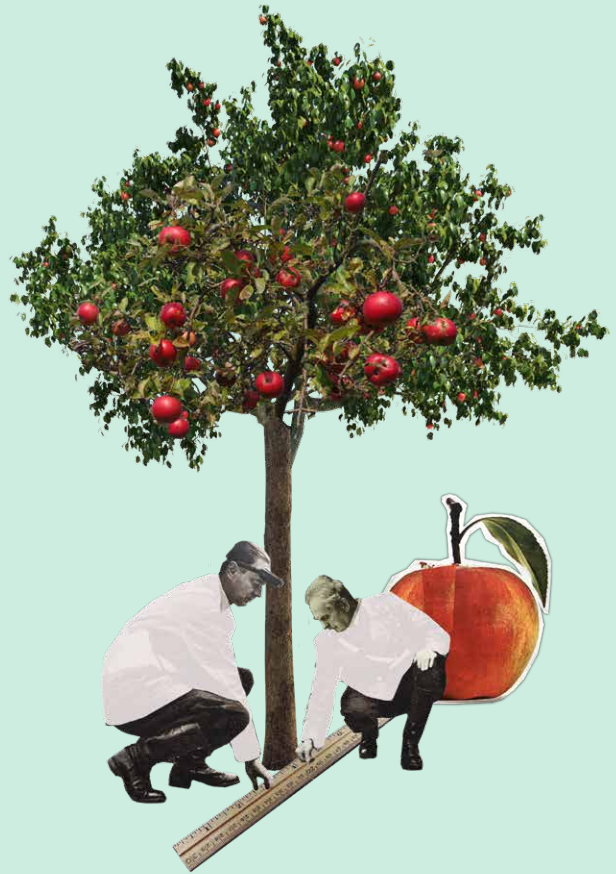
COLOFON

TEKST & IDEE: Jan Willem Bolderdijk & Anne Popkema
ONTWERP & ILLUSTRATIES: Peter Boersma
© Jan Willem Bolderdijk & Fier



university of
groningen

young academy
groningen



SPREEKWOORDEN

Zonder erbij na te denken, maken we dagelijks gebruik van spreekwoorden. Ze verwoorden een levenswijsheid of een moreel principe. Meestal zijn ze al eeuwenoud, wat iets zegt over de aanhoudende populariteit ervan, en kennelijk ook de bruikbaarheid. Maar de maatschappij verandert voortdurend. Hebben we nog wel iets aan die eeuwenoude volkswijsheden? De hoogste tijd om te testen of die spreekwoorden nog wel bruikbaar zijn in de 21e eeuw.

LEKENWAARHEID

We gaan dus het spreekwoordelijke kaf van het koren scheiden. Vanuit verschillende disciplines laten jonge onderzoekers, met in hun achterhoofd de meest recente kennis uit hun vakgebied, hun licht schijnen op bekende spreekwoorden. Elk hoofdstuk eindigt met een oordeel: is het betreffende spreekwoord, rekening houdend met wat de wetenschap intussen heeft uitgevogeld, nog altijd toepasselijk? Of dient het te worden bijgezet in het Mausoleum der Achterhaalde Waarheden?

We willen twee dingen bereiken. In de eerste plaats willen we iets leren over wat we met z'n allen voor waarheid verslijten, onze *folk wisdom*. Want in hoeverre stroken zulke 'lekenwaarheden' eigenlijk met wetenschappelijke kennis? Kunnen we erop vertrouwen dat leugens uiteindelijk wel worden achterhaald door de waarheid? En is het gras van de buurman wel groener?

Ten tweede willen we via het fenomeen 'spreekwoorden' onderzoekers de kans geven hun eigen vakgebied op speelse wijze voor te stellen aan een breed publiek. De meeste jonge lezers begin-

nen immers al te gapen bij begrippen als 'antropologie' of 'wetenschapsfilosofie'. Dan lijkt onderzoek naar spreekwoorden die ze zelf uit het dagelijks leven kennen en gebruiken, veel interessanter – helemaal als ze er zelf aan mee kunnen doen! En gaandeweg leren ze zo tóch iets over verschillende wetenschappelijke vakgebieden, methodes en begrippen.

FALSIFIEERBAAR

'Uitspraak met een algemene levenswijsheid of morele implicatie, waarvan de vorm vrijwel onveranderlijk is', zo omschrijft de Dikke Van Dale een spreekwoord. Bij dit project richten we ons alleen op de 'algemene levenswijsheid': zulke spreekwoorden maken een claim op een breed gedeelde ervaring, een terugkerend patroon. Ze willen een objectieve waarheid bieden en zijn daarmee tegelijk **FALSIFIEERBAAR**: we kunnen met empirisch onderzoek aantonen of ze wel of niet kloppen. Valt de appel niet vaak ver van de boom? Is een goede buur inderdaad beter dan een verre vriend?







SCHRIJFWIJZER

Als onderzoeker van dienst zoek je een spreekwoord uit en vertel je kort iets over de achtergrond ervan. Uiteraard ga je bij de keuze van het spreekwoord uit van je eigen discipline – het is immers óók de bedoeling dat je de lezer voor jouw vakgebied enthousiasmeert! Je zoekt uit of er bestaande vakliteratuur over het onderwerp is. Op basis daarvan kom je tot een oordeel: moeten we het spreekwoord houden of als ‘achterhaalde waarheid’ bestempelen? In je verslag neem je enkele kernbegrippen uit je vakgebied op, die later in een woordenlijst worden verzameld. Ten slotte bedenk je een simpele proefopzet waarmee anderen het spreekwoord zelf kunnen testen. Op de andere zijde vind je een voorbeeld van een uitwerking van deze schrijfwijzer aan de hand van het spreekwoord ‘Wie goed doet, goed ontmoet’.

*‘Wie goed doet,
goed ontmoet’*

ACHTERGROND

Veel talen en culturen hebben een spreekwoord dat dezelfde wijsheid uitdrukt. Denk aan het Engels: ‘Good things come to those who make them happen’. Ook in de bijbel vinden we dezelfde wijsheid terug in spreekwoordvorm. Bijvoorbeeld: ‘Een gulle gever zal gedijen, wie te drinken geeft, zal te drinken krijgen’ (Spreuken 11:25). Toch bekken ze niet zo lekker als ‘Wie goed doet, goed ontmoet’, met zijn binnen- en eindrijm. Helaas is onbekend wanneer het spreekwoord voor het eerst zijn schriftelijke intrede heeft gedaan in de Nederlandse taal. Wel wordt het genoemd in een gezaghebbend 19e-eeuws overzicht van spreekwoorden. Een mooie variant ervan vinden we al in een pamflet uit 1628: ‘Die wel doet, wel vint.’ Nog in de 19e eeuw kende men ook een neutrale pendant – ‘Zoo ge doet, zoo ge ontmoet’ – en zelfs een negatieve: ‘Wie kwaad doet, kwaad ontmoet’. Maar die hebben de tand des tijds niet doorstaan. ‘Wie goed doet, goed ontmoet’ duidelijk wel, want die exacte zoekstring levert via Google een kwart miljoen hits op. Daarmee kunnen we stellen dat het nog altijd een veelgebruikte en breedgedeelde wijsheid is.

DE CLAIM

Het spreekwoord stelt kortgezegd dat goed gedrag wordt beloond. Onder goed gedrag wordt in de **ETHIEK** vaak moreel of **ALTRUIÏSTISCH** gedrag verstaan – gedrag dat je vertoont met de intentie een ander te helpen, zonder daar direct eigenbelang bij te hebben. Een voorbeeld van altruïsme is op Paasmaandag bij de IKEA een moeder helpen om haar zoekgeraakte kind te vinden. Altruïsme is niet je vriendin een bloemetje geven met de expliciete intentie om vervolgens eens lekker samen de bloemetjes buiten te zetten.

Een goede daad kan een *individuele* beloning opleveren: een gelukkig gevoel. In de **GEDRAGSECONOMIE** heet dit het 'warm glow'-effect. Sommigen zeggen zelfs dat het vaak helpen van anderen kan leiden tot persoonlijk geluk. Maar de beloning voor goed gedrag kan zich ook uiten in *sociale* beloningen. Daarbij komt **RECIPROCITEIT** kijken: mensen hebben de neiging om anderen met gelijke munt terug te betalen, zowel in positieve als negatieve zin. Onderzoek in de **EVOLUTIONAIRE BIOLOGIE** heeft laten zien dat veel diersoorten de neiging hebben om aardig en behulpzaam te zijn tegenover soortgenoten die hen op een eerder moment hebben geholpen. Mensen zijn niet anders: als iemand ons een complimentje geeft, willen we een complimentje teruggeven.

RECIPROCITEIT

Het principe van reciprociteit kan zich ook uitstrekken naar anderen die *niet* zelf eerst iets goeds hebben gedaan: indirecte reciprociteit. Een voorbeeld: wanneer iemand de deur voor je openhoudt, heb jij op jouw beurt de neiging om de deur voor anderen die na je komen open te houden.



Reciprociteit is een veelgebruikt principe in communicatie en in marketing: denk aan politici die bloemen uitdelen tijdens campagnetijd en autoverkopers die je proberen te verleiden met koffie en gebak. Onderzoek laat zien dat mensen het moeilijk vinden een vraag te weigeren van iemand die hun net een cadeautje heeft gegeven. Er zit echter een keerzijde aan deze strategie: op het moment dat ontvangers het gevoel hebben te worden gemanipuleerd met het cadeautje, zijn ze juist minder geneigd om op hun beurt aardig terug te zijn.

TEGENREACTIE

Er is nog een reden waarom we niet altijd positief reageren op goed gedrag. We weten dankzij experimenten in de **SOZIALE PSYCHOLOGIE** dat moreel of altruïstisch gedrag soms als bedreigend kan worden ervaren, en daarmee juist negatieve reacties uitlokt. Een bekend voorbeeld is de vegetariër die vanuit morele overwegingen weigert vlees te eten. Vleeseters denken soms – al dan niet terecht – dat vegetariërs hen immoreel zouden vinden. Een pijnlijk oordeel, dat sommige vleeseters kan motiveren om vegetariërs met de ingebeelde gelijke munt terug te betalen. Jij vindt mij immoreel? Nou, dan vind ik jou arrogant en elitair, en doe ik lekker het tegenovergestelde – kom maar door met die spareribs!

EEN GREEP UIT DE VELE
FACEBOOKREACTIES OP
DE NATIONALE WEEK
ZONDER VLEES



'TER ERE VAN DE NATIONALE WEEK ZONDER VLEES
NEEM IK DE HELE WEEK ELKE DAG LEKKER EEN EXTRA
STUKJE VLEES. WANT TJA, EEN NATIONALE WEEK MOET
GEVIERD WORDEN MET WAT LEKKERS'

'ALS EEN VEGETARIËR ER NIET TEGEN KAN DAT
IK VLEES BESTEL, DAN BESTEL IK NOG EXTRA'

'IK BEN DOOR AL DAT VEGANISTISCHE EN
VEGETARISCHE GEDOE ALLEEN MAAR MEER VLEES
GAAN ETEN. IK EET NU DRIE KEER PER DAG 500 GRAM
BIEFSTUK. IK DOE ZELFS HAMBLOKJES IN DE MUESLI
EN KOFFIE. IK PLAK BOTERHAMWORST ONDER
MIJN OKSELS. HUURLIJK AL DAT VLEES!'

Hetzelfde proces kan optreden bij altruïstisch gedrag: kinderen die meer stickers delen met hun vrienden of meer koekjes voor het goede doel verkopen dan gemiddeld kunnen worden gezien als 'heilige boontjes'. Dit maakt hen ironisch genoeg juist minder populair. Pesters confronteren is dan wél weer wetenschappelijk verantwoord – daar wordt je juist populairder van, blijkt uit **PEDAGOGISCH** onderzoek.

OORDEEL

'Wie goed doet, goed ontmoet'... Is dat echt zo? Op basis van het beschikbare onderzoek valt er geen eenduidige conclusie te trekken over het waarheidsgehalte van het spreekwoord. Een wetenschappelijk verantwoorde versie van het spreekwoord zou zijn: 'Wie goed doet, goed ontmoet, tenzij je goede gedrag als inauthentiek, manipulatief of bedreigend overkomt, want dan ontmoet goed juist kwaad in plaats van goed'. Maar krijg dat maar 'ns op een tegeltje... Om praktisch te blijven luidt het voorlopige oordeel dat we dit spreekwoord kunnen **AANHOUDEN**.

WOORDENLIJST

ALTRUÏSTISCH GEDRAG

iets doen met het doel om anderen te helpen, zonder dat dit direct voordeel oplevert voor jezelf

ETHIEK studie naar de vraag wat goed en kwaad is (moraliteit)

EVOLUTIONAIRE BIOLOGIE studie naar het proces dat heeft geleid tot de diversiteit aan levensvormen en gedragspatronen (evolutie)

EXPERIMENTEEL ONDERZOEK

onderzoek met als doel om veronderstelde verbanden tussen oorzaak en gevolg te testen

FALSIFIEERBAAR wordt gezegd van een claim waarvan de onwaarheid kan worden aangetoond

GEDRAGS-ECONOMIE stroming die traditionele economische modellen verrijkt met inzichten uit de psychologie

PEDAGOGIEK

studie naar de contexten waarin kinderen opgroeien en de manier waarop ze worden opgevoed

RANDOM-VERDELING

verdeling van onderzoeksdeelnemers die puur op basis van toeval plaatsvindt

RECIPROCIETEIT

neiging om (goede of kwade) daden met gelijke munt terug te betalen

DE PROEF

Ontmoet je goed als je goed doet? Dat kun je zelf testen, bijvoorbeeld door na te gaan of mensen echt gelukkig worden van het helpen van anderen. De proefopzet: verzamel een flinke groep mensen en deel die in in twee groepen. Omdat zulk **EXPERIMENTEEL ONDERZOEK** om een **RANDOM-VERDELING** vraagt, doe je de verdeling met een dobbelsteen. Zo zorg je ervoor dat de groepen van gelijke samenstelling zijn, bijvoorbeeld qua leeftijd of geslacht. Bij een even aantal ogen gaat de vrijwilliger naar groep A, bij een oneven aantal naar groep B. Geef alle vrijwilligers vervolgens hetzelfde geldbedrag, bijvoorbeeld 10 euro. Groep A instrueer je om het geld te spenderen aan iets leuks voor zichzelf. Groep B krijgt de instructie om iets leuks voor iemand anders te kopen. Je kunt dit ook met tijd doen, als geld een probleem is: geef iedereen een uurtje, waarbij groep A iets 'voor zichzelf' mag gaan doen, en groep B iets wat nuttig is voor een ander of voor de maatschappij. Een week later app je je vrijwilligers met de vraag om op een schaal van 1-7 aan te geven hoe prettig ze zich voelden meteen nadat ze het bedrag of het uurtje hadden gependend. Vervolgens ga je rekenen: scoren de vrijwilligers die iets voor een ander kochten of deden echt hoger dan de mensen die zichzelf mochten bevoordelen?

