

SOCIALE PSYCHOLOGIE

1 INLEIDING. KENNISMAKING MET DE SOCIALE PSYCHOLOGIE

1.1 STUDIE OBJECT VAN DE SOCIALE PSYCHOLOGIE

1.1.1 GEBIEDSOMSCHRIJVING

WETENSCHAPPELIJKE STUDIE

Intuïtieve psychologie

- “gezond verstand” of “common sense”
- voordeel: nuttig in de gewone omvang
- nadeel: weinig garanties inzake objectiviteit en betrouwbaarheid om er stevige conclusies aan vast te kunnen knopen
- enkel plaats voor beweringen die EMPIRISCH getoetst kunnen worden

GEDACHTEN, GEVOELEN EN HANDELINGEN

- 1) hoe we een situatie interpreteren
 - 2) hoe we over onszelf denken
 - 3) hoe we ons gedragen
- vb: propaganda, merkreclame, bewustmakingscampagnes

DE FEITELIJKE, VOORGESTELDE OF GEIMPLICEERDE AANWEZIGHEID VAN ANDEREN

- 1) Fysieke beïnvloeding:** persoon is fysiek aanwezig
vb: klas, voetbalploeg
- 2) Voorgestelde aanwezigheid**
vb: aankoop nieuwe jurk, planning feestje
- 3) Impliciete aanwezigheid**
vb: reclame en bewustmakingscampagne

ENKELE AANVULLINGEN

- 1) Beïnvloed worden en invloed hebben op
- 2) Niet altijd bewuste of intentionele invloed
- 3) Alles is psychologie

1.1.2 ONDERSCHIED MET ENKELE ANDERE WETENSCHAPPEN

ANDERE SOCIALE WETENSCHAPPEN

- 1) Cultuuranthropologie**
wat specifiek is binnen een bepaalde cultuur
- 2) Sociologie**
oog voor meer globale groepskenmerken van het gedrag

ANDERE DOMEINEN BINNEN DE PSYCHOLOGIE

1) Algemene Psychologie/Functieleer

besteed aandacht aan de wetmatigheden die in ieder gedrag aanwezig zijn, zonder oog te hebben voor de specifieke sociale factoren die er rol in spelen

2) Ontwikkelingspsychologie

beschrijven van de complexer wordende relatiepatronen in verschillende levensfasen

3) Persoonlijkheidspsychologie

vult sociale psychologie het beste aan

1.1.3 EEN KORTE HISTORIEK

- McDougal, Ross, Triplet, Ringelmann & Lewin
- Gedrag is niet enkel reactive op externe prikkels: veldtheorie
- Gedrag is in grote mate afhankelijk van hoe we wereld rondom ons interpreteren
- Actieonderzoek: beeld van de werkelijkheid krijgen en een oplossing zoeken
- Aanvullingen:
 - 1) Ethiek werd heel belangrijk, ethische commissie moet goedkeuringen geven
 - 2) Evolutie
 - Sociale neurowetenschappen
 - vb: racisme -> beelden zien -> MRI
 - kameleon-effect: je aanpassen aan een ander qua houding
wanneer je iemands gedrag kopieert, vindt je die (onbewust) aardiger
- Stanford-gevangenisexperiment van Zimbardo
 - o Jaren 70, Duitsland
 - o 1 groep bewakers en 1 groep gevangenen (studenten)
 - o Planning: 14 dagen, MAAR stopgezet na 6 dagen
 - o Bewakers misbruikten macht -> Iedereen is tot zoiets in staat

1.2 ONDERZOEKSMETHODEN

1.2.1 WISSELWERKING TUSSEN EMPIRIE EN THEORIE

INTUITIEF LEGGEN VAN VERBANDEN

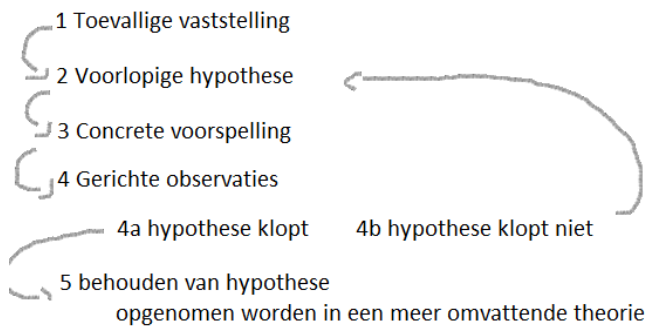
- We proberen orde aan te brengen in de chaos
- Weinig zekerheid
- Uitsluitend enkele mogelijke of hypothetische verklaringen op, die in de praktijk soms erg tegenstrijdig kunnen zijn
- Vlot links leggen
 - > soms juist, soms fout

FILOSOFISCHE KADEREN

- niet kennen

WETENSCHAPPELIJKE TOETSEN

- dosis gezond verstand -> hypothesen -> empirisch toetsen



- 2 probleemschakels

- 1) het observeerbaar maken of meetbaar maken van de betrokken variabelen
- 2) het kritisch onderzoek naar het soort samenhang die ze vertonen

HET ONDERZOEK VAN ZIMBARDO

Pg 32

1.2.2 HET OPERATIONALISEREN VAN VARIABLEN

1) Operationaliseren: het aangeven op welke manier via welke 'operaties' of verrichtingen, de betreffende eigenschap in het onderzoek geconcretiseerd zal worden

2) Betrouwbaarheid: dat wat men registreert, zo min mogelijk afhankelijk is van de wisselvalligheden van het moment of van de subjectiviteit van de persoon die de registraties doet

3) Validiteit: hetgeen dat concreet onderzocht wordt een goede weerspiegeling moet zijn van de algemene eigenschap die men wil onderzoeken
-> Begripsvaliditeit

4) Sociale Wenselijkheid: de antwoorden van de persoon kunnen al of niet moedwillig vertekend zijn door wat hij als passend ervaart in de situatie
- om er goed uit te komen
- in te spelen op de vermoedelijke verwachtingen

5) Nuttig om meerdere operationalisering te doen van 1 variabele
- nagaan in hoeverre de metingen gelijkaardige resultaten opleveren en dus betrouwbaar zijn
- beperkingen van de ene techniek compenseren door de voordelen van de andere

1.2.3 DE RELATIE TUSSEN VARIABLEN

1) OV: - degene die gemanipuleerd wordt
- degene waarvan verwacht wordt dat hij invloed heeft op de AV

2) AV: - de variabele die afhankelijk is van de OV
- het gedrag dat gemeten wordt

BESCHRIJVEND ONDERZOEK

= **nauwkeurige analyse van het te bestuderen fenomeen**

- oog voor de variabelen die in het kader van de probleemstelling het meest relevant zijn
- vorm: casestudy of gevalsbeschrijving
 - vb: onderzoek van zimbardo
- voordeel: afleiden van interessante hypothesen
- nadeel: geen zekerheid over de samenhang

CORRELATIONEEL ONDERZOEK

= **vergelijkend onderzoek, het laat toe empirisch na te gaan of er een correlatie of samenhang bestaat tussen bepaalde variabelen**

- BEPERKTHEID: toch is het niet bewezen dat het om een oorzakelijk verband gaat

EXPERIMENTEEL ONDERZOEK

1) Manipulatie: men probeert het beoogde effect in 1 van de 2 situaties uit te lokken

2) Experimentele Conditie: situatie met OV

3) Controle Conditie: situatie zonder OV

4) Interne validiteit: de vastgestelde veranderingen in de AV ondubbelzinnig toeschrijven aan een wel bepaalde OV met uitsluiting van allerlei factoren die het resultaat eveneens beïnvloed konden hebben

5) Externe validiteit: mate waarin de resultaten die uit een experiment naar voren komen, veralgemeend kunnen worden naar de reële werkelijkheid buiten het lab

betrekking op 2 aspecten: 1) de situatie

2) de personen waarover de onderzoeker een uitspraak wil doen

6) Laboratorium:

voordeel: alle andere factoren onder controle houden

nadeel: vrij kunstmatige situatie

7) Elliot Aronson: 2 soorten werkelijkheidswaarde

a. Mundane realism of werkelijkheidsbetrokken realisme

- de mate waarin de experimentele situatie overeenkomt met de feitelijke werkelijkheid buiten het lab

b. Psychological realism

- de mate waarin de psychologische processen die door het experiment uitgelokt worden, overeenkomen met deze die in het gewone leven aan bod komen

8) Externe validiteit opdrijven

- het onderzoek een aantal keer herhalen
- experiment overdoen in een reële levenssituatie
 - nadeel: storende factoren

2 SOCIALE WAARNEMING. HET BEELD DAT WE ONS VORMEN VAN ANDERE MENSEN

2.1 HET ONTSTAAN VAN EEN SNELLE EERSTE INDRUK

2.1.1 HET MATERIAAL WAAROP WE ONS BASEREN

- gebruik maken van een hoeveelheid informatie die zelf al het product is van een zintuigelijk waarnemingsproces
- het fysieke uiterlijk, de omgeving, het gedrag, de lichaamstaal of het non-verbale gedrag

HET UITERLIJK

- vrij algemene eigenschappen (geslacht, leeftijd, huidskleur)
- meer specifieke eigenschappen (haarkleur, gezichtsbehaaring)
- kunstmatige ingrepen of toevoegsels (make-up, kledij)

LICHAAMSTAAL

1) we halen vaak **meer informatie uit de manier waarop mensen iets zeggen of doen**, dan uit de inhoud van hun gedrag of gepraat

2) Amerikaanse Psycholoog Albert Mehrabian: 7-38-55 procentregel

- 7% door wat hij zegt
 - 38% door de toon waarop hij het zegt
 - 55% door de lichaamstaal
- => in normale omstandigheden kloppen de verhoudingen van Mehrabian dus niet
=> dat neemt niet weg dat deze eigenschappen niet belangrijk zijn om de boodschap goed te begrijpen

3) Surplus informatie

- stemgebruik

timbre: zacht, hard of snerpend
spreeksnelheid: traag, monotoon tot levendig, snel en gevarieerd
vloeiend of haperend
gevoelsexpressies: streng en berispend tot mild en zalvend

- menselijk gelaat

oogcontact, blik, glimlach (spontane of geforceerde glimlach)

- Paul Ekman & Wallace Friesen: FACS (gezichtsbewegingen afzonderlijk registreren)

De Duchenne glimlach (spontane glimlach)

Ekman, Friesman & Davidson: onderscheid tussen echte & valse glimlach zichtbaar op het niveau van hersenactiviteit

HET GEDRAG

- Wat doet en zegt hij?

- ◇ Het gedrag wordt immers in sterke mate mee beïnvloed door de situatie waarin iemand zich op een bepaald moment bevindt of door de rol die hij te spelen heeft
- ◇ Bovendien maken we onbewust zelf nog een selectie uit de vele indrukken die op ons afkomen
 - => we kunnen gewoon niet alles in ons opnemen!
 - => zien wat we willen zien en laten leiden door wat het sterkst opvalt!
 - => niet altijd het meest representatieve!

2.1.2 SPONTANE BEELDVORMING

- Kennis opdoen

- 1) oppervlakkige indrukken over anderen hun uiterlijk
 - 2) de wijze waarop ze zich op dat moment gedragen
- => hierdoor vaak in staat om bepaalde gedragingen die we van hen in de toekomst kunnen verwachten, min of meer te voorspellen en ons eigen gedrag erop instellen

- Cognitieve schema's

- ◇ Een soort innerlijke structuren over de wijze waarop bepaalde dingen of gebeurtenissen plegen samen te hangen
- ◇ Spelen een rol in de zintuiglijke waarneming
- ◇ Eén waarneming volstaat om er een heleboel informatie uit af te leiden
- ◇ De ervaring heeft ons geleerd dat bepaalde signalen die we bij mensen opvangen, vaak samen blijken te gaan met de specifieke gedragswijzen of persoonlijkheidskenmerken

DE FUNCTIE VAN COGNITIEVE SCHEMA'S

= maken het ons mogelijk om de binnenkomende informatie op een heel snelle en vrijwel automatische manier te verwerken tot een min of meer adequaat oordeel over de situatie, dat ons vervolgens toelaat om er gepast op te reageren

- ⇒ Soort samenvattingen van stukjes opgeslagen kennis die, zonder dat je ze terug moet oproepen in je herinnering, meteen gebruikt kunnen worden bij de voorbereiding van het gedrag

- Evolutionaire betekenis:

Organismen die over zo'n mechanisme beschikken, zijn erg in het voordeel omdat ze veel sneller en meestal ook adequater kunnen reageren op de dingen waarmee ze te maken krijgen

- Roos Vonk: drietal functies i.v.m. cognitieve schema's

- 1) Schijnwerper: aandacht richten op wat relevant is
 - Consistente informatie*: informatie dat overeenkomt met je schema
 - Inconsistente informatie*: informatie dat niet overeenkomt met je schema
- 2) Gatenvuller: relevante, maar ontbrekende informatie aanvullen
- 3) Gedragswijzer: geeft aan wat er ons te doen staat

GEVAREN BIJ HET GEBRUIK VAN SCHEMA'S

We kunnen soms misleid worden door al te zeer te vertrouwen op de cognitieve schema's !!!!

- **Stereotypen:** veralgemeningen met betrekking tot een bepaalde groep mensen, waarbij bepaalde eigenschappen als 'typisch' gezien worden voor de groep in haar geheel, zodat ze zonder onderscheid aan vrijwel alle leden van de groep worden toegeschreven.

WELKE SCHEMA'S WORDEN PRIORITAIR GEMOBILISEERD?

- **Het gaat er niet helemaal blind aan toe! Invloed van:**

- ◇ Opvoeding en cultuur
- ◇ Heel particuliere ervaringen

- **Priming:** een proces waardoor recente ervaringen de toegankelijkheid van een schema gedurende zekere tijd kunnen verhogen

Experiment Tory Higgins, William Rholes en Carl Jones

- ◇ Twee eigenschappen: avontuurlijk, roekeloos
- ◇ Onderzoeken of een schema een positieve of negatieve betekenis had
- ◇ Verhaal horen en persoon beschrijven
- ◇ Resultaat: bleek dat de voordien ingeprente woorden hun effect niet gemist hadden!

- **Actuele elementen:**

- ◇ Een aantal innerlijke factoren, bv: de actuele gemoedstoestand of de behoeften en verwachtingspatronen bij de persoon in kwestie
- ◇ Meer duurzame persoonlijkheidskenmerken kunnen, "Zoals de waard is, vertrouwt hij zijn gasten"
- ◇ Externe omstandigheden, bv: de context waarin we het gedrag van mensen waarnemen

2.2 UITWERKING TOT EEN MEER GEBALANCAARD OORDEEL

In veel gevallen gaat de sociale waarneming niet verder dan het snel en automatisch verwerken van de informatie tot een rudimentair beeld van de persoon

- ◇ Vaak volstaat dat
- ◇ MAAR in sommige situaties kan het wel heel belangrijk zijn om tot een meer waarheidsgetrouw beeld te komen
- ◇ Meer zorgvuldigheid voor een gefundeerd oordeel
- ◇ Beschikbare informatie op een meer bewuste en doordachte manier verwerken tot een genuanceerd beeld van de ander

Attributieproces = de wetmatigheden die een rol spelen

- ◇ Attributen = de wezenlijke eigenschappen die we toeschrijven of attribueren op basis van wat we bij de persoon waarnemen

2.2.1 ATTRIBUTIEPROCES ALS EEN SEMIWETENSCHAPPELIJKE ACTIVITEIT

Fritz Heider = Oostenrijks-Amerikaanse gestaltpsycholoog

- ◇ Bepaalde wetmatigheden moeten te vinden zijn in de wijze waarop mensen elkaars gedrag attribueren
- ◇ Externe factor aanduiden als oorzaak van het gedrag, terwijl de oorzaak op andere momenten veel intern wordt gesitueerd
- ◇ Uitzoeken welke factoren de richting bepalen die de attributie uitgaat

Albert Michotte = pionier van de Belgische psychologie

- ◇ Stelde zich meer de vraag hoe we er in de gewone waarneming toe komen om oorzakelijke verbanden te leggen tussen de dingen die we zien
- ◇ Gebeurtenissen extern of intern aanduiden

Mensen zien het gedrag als veroorzaakt door

- ◇ hetzij iets in de persoon zelf = een interne attributie
- ◇ hetzij iets door de omgeving = een externe attributie
- ◇ de keuze tussen intern en extern kan soms verstrekkende gevolgen hebben

HET SAMEN VARIËREN VAN OORZAAK EN GEVOLG

Harold Kelley

- ◇ onderscheidde drie heel verschillende criteria die bij het attributieproces een rol kunnen spelen
- ◇ hoe we tot een veel fijnere analyse kunnen komen van de oorzaken van een bepaald gedrag
- ◇ nodig dat beide fenomenen samen VARIËREN: dat een verandering in de onafhankelijke variabele gepaard gaat met een verandering in de afhankelijke variabelen
- ⇒ de eerste moet in tijd voorafgaan aan de tweede en het is uitgesloten dat een derde variabele beide veranderingen kan veroorzaken hebben

Covariatiemodel: naargelang het al of niet samen varieert met een of meerdere van die criteria, zijn we geneigd om tot een interne of een externe attributie te besluiten

<u>consensus of overeenstemming</u>	<u>distinctiviteit of verschillendheid</u>	<u>consistentie of stelselmatigheid</u>
<i>naargelang of het gedrag varieert naargelang de persoon die het stelt (de actor)</i>	<i>betrekking op de persoon of de omstandigheid waarop het gedrag zich richt</i>	<i>naargelang of het gedrag tegenover die bepaalde stimulus systematisch gesteld wordt</i>
bij een hoge consensus (weinig variatie) komen we tot een externe attributie, bij een lage consensus ligt een interne attributie voor de hand	een hoge distinctiviteit (wat betekent dat het gedrag erg varieert naargelang de persoon of de omstandigheid waarop het zich richt) verwijst naar een externe oorzaak en bij een lage distinctiviteit oordelen we eerder intern	gedrag dat een hoge consistentie vertoont, wordt intern geattribueerd, bij een lage consistentie kijken we eerder uit naar externe oorzaken

Attributies

Interne attributie	Externe stimulus attributie	Extern situationeel attributie
Lage consensus	Hoge consensus	Lage consistentie
Hoge consistentie	Hoge consistentie	(rest doet er niet toe)
Lage distinctiviteit	Hoge distinctiviteit	

2.2.2 FOUTEN EN VERTEKENINGEN BIJ DE ATTRIBUTIE

- ◇ partiële gegevens
- ◇ onvolledige informatie
- ◇ ontbreken van tijd en motivatie
- ◇ voorbarige conclusies, soms ronduit verkeerd

DE FUNDAMENTELE ATTRIBUTIEFOUT

Mensen hebben de spontane neiging om a priori de persoon zelf en niet de situatie als oorzaak te zien van zijn gedrag

Edward Jones

- ◇ ontwerper van de corresponderende inferentietheorie
- ◇ wees op de aanwezigheid van die scheve beoordelingstendens
- ◇ correspondence bias of correspondentietendens

Lee Ross

- ◇ tendens => fundamentele attributiefout
- ◇ = de neiging om bij anderen de interne attributie te overschatten en het externe te onderschatten

Experiment studenten: quizmaster + kandidaat (pg 65)

- ◇ Kandidaat + publiek maakten attributiefout
- ◇ Quizmasters niet

HET CORRIGEREN VAN VOORBARIGE ATTRIBUTIES

Gilbert = het tweestappenmodel van het attributieproces

- ◇ Stap 1: Bij een eerste snelle aanblik van iemands gedrag of uiterlijk vormt er zich al meteen een spontane en dus meestal interne attributie.
AUTOMATISCH PROCES
- ◇ Stap 2: We kunnen EVENTUEEL tot een grondigere inspectie overgaan. Met nieuwe informatie kunnen we EVENTUEEL correcties doorvoeren.
BIJKOMENDE INSPANNINGEN EN VOLLE INZET
 - ⇒ Alleen wanneer we er voldoende tijd en energie in investeren, volgt er een tweede stap.
 - ⇒ Dan kan het tot een meer doordacht oordeel komen

Stap 2: komt er vaak niet van

- ◇ We vinden het niet belangrijk genoeg
- ◇ We zijn te zeer opgeslorpt door allerlei andere zaken
- ◇ Vele afleidingen
- ◇ Datgene wat ons inwendig bezighoudt

2.2.3 HET SAMENVOEGEN VAN DE VERSCHILLENDE DEELINDRUKKEN

Al van bij de eerste indrukken wordt er een soort totaalbeeld gevormd, dat tot op zekere hoogte richtinggevend is voor de manier waarop we de latere informatie al dan niet zullen opnemen.

EEN GEHEEL IS MEER DAN DE SOM VAN DE DELEN

Vrij globaal beeld van de persoon vormen, BEVAT

- ◇ meer dan de feitelijke informatie
- ◇ tal van kenmerken die we nooit als zodanig hebben kunnen waarnemen
- ◇ de manier waarop hij zich in die situaties zou gedragen

Impliciete persoonlijkheidstheorieën

- ◇ spontaan hebben we de indruk dat bepaalde persoonlijkheidstrekken meestal samen voorkomen
- ◇ ook het fysieke voorkomen wordt nogal eens in verband gebracht met specifieke karaktertrekken

Halo-effect

- ◇ de vaststelling dat de aanwezigheid van een positieve eigenschap bij iemand meteen de suggestie oproept dat ook diverse andere eigenschappen bij hem eerder positief zullen kleuren
- ◇ omgekeerde: **hoornseffect!**

GEBASEERD OP DE INTERACTIES TUSSEN DE DEELINDRUKKEN

Afzonderlijke indrukken

- ◇ worden met elkaar in verband gebracht en kunnen daardoor een heel andere betekenis krijgen naargelang de plaats die ze ten opzichte van elkaar innemen
- ◇ Experiment ASCH: reeks kenmerken in verschillende volgorde => totaal verschillend beeld! (pg 75)

Zintuigelijke waarneming

Het patroon of de tijdruimtelijke verhoudingen waarin de prikkels gepresenteerd worden bepaalt wat we waarnemen

Sociale waarneming

We betrekken de indrukken die we opdoen op elkaar, een soort gemiddeld berekening, waarbij de extreme posities een disproportionele impact kunnen hebben op het geheel

SOMMIGE DEELINDRUKKEN KRIJGEN MEER GEWICHT DAN ANDERE

Primacy effect = de eerste indruk drukt een speciale stempel op het totale beeld

- ◇ Twee verklaringen
 1. Zodra mensen zich een min of meer afgerond beeld van iemand gevormd hebben, hun motivatie afneemt om nog veel aandacht te besteden aan de informatie die nadien komt
 2. De neiging om de gegevens die men wel nog opneemt, te interpreteren in het licht van het beeld dat eerder al gevormd was

Recency effect = laatste indruk heeft een speciale invloed

- ◇ Het gunstige effect dat de laatst aangeboden informatie kan uitoefenen heeft veeleer te maken met de werking van het geheugen

⇒ **PRIMACY EN RECENCY EFFECT = ORDE EFFECTEN**

ANDERE FACTOREN

- ◇ Relevantie van informatie
- ◇ Geloofwaardigheid
- ◇ Negatieve indrukken
 - ⇒ Hebben doorgaans meer invloed op het totaalbeeld dan positieve indrukken
 - ⇒ Reden = het opvallende karakter van dat soort gegevens en de meer uitgesproken informatieve waarden die ze doorgaans bevatten

DE HARDNEKKIGHEID VAN EEN GEVORMD OORDEEL

Hardnekkigheideffect = wanneer de indrukken waarop dat aanvankelijke idee gebaseerd was, onderuit gehaald worden, blijft het gevormde beeld dikwijls toch doorwerken

- ◇ Verantwoordelijk voor de vaststelling dat loze geruchten die over iemand verspreid worden, soms een blijvende stempel kunnen drukken op zijn reputatie, ook al wordt alles nadien rechtgezet
- ◇ Experiment Elisabeth Loftus : Studenten – Jury – 3 condities (pg 77)

Self-fulfilling prophecies = zichzelf bevestigende voorspelling

- ◇ Betekent dat de verwachtingen die we koesteren ten aanzien van iemand, bewaarheid worden doordat we – meestal onbewust – bepaalde gedragingen bij hem uitlokken, die perfect passen bij wat we van hem verwacht hadden

4 stappen

1. Je hebt een verwachting of een bepaald idee over het gedrag van een bepaald persoon
2. Je gedraagt je tegenover die persoon volgens je eigen verwachting
3. De persoon gedraagt zich onvriendelijk tegenover jou als reactie op jouw gedrag
4. Je verwachting is uitgekomen

HET NPASSEN VAN TEGENSTRIJDIGE INFORMATIE

Hoe ga je om met dat soort extra informatie?

- ◇ Gegevens dat niet in het plaatje passen, dikwijls genegeerd worden
- ◇ Nieuwe informatie op een creatieve manier verzoenen met het beeld dat je had
- ◇ Nieuwe informatie is zo omvangrijk of zo overtuigend dat ze de beoordelaar er als het ware toe dwingt om zijn mening te herzien
 - o soms kan het betekenen dat het vroegere beeld helemaal omkantelt en dat de nieuwe informatie waarop het gebaseerd was, nu zelfs minder belangrijker terzijde wordt geschoven
 - o mogelijk om tot een werkelijk nieuw en meer gevarieerd oordeel te komen, waarin de verschillende gegevens op een evenwichtige manier vervat zitten

6 SOCIALE NORMEN. WAT EEN GROEP VERWACHT VAN HAAR LEDEN

6.1 HOE NORMEN ONTSTAAN

Groepen kunnen erg van elkaar verschillen qua OMVANG en STRUCTUUR

- ◇ Heel strikte afspraken en regels
- ◇ Ongestructureerd
- ◇ Makkelijk bepaalde normen ontwikkelen
- ◇ De manier waarop een norm ontstaat kan erg verschillen, evenals van de concrete inhoud
- ◇ Top-down: normen worden bedisseld binnen een kleine kring en vervolgens opgelegd aan een grote groep
- ◇ Bottom-up: langzaam rijpende consensus binnen de groep als geheel

6.1.1 VAN BOVENAF OPGELEGDE NORMEN

Niet kennen

6.1.2 NORMEN DIE BINNEN DE GROEP ZELF ONTSTAAN

Sommige normen zijn het resultaat van overleg en rationale besluitvorming binnen de groep

- ◇ Er kan een periode van externe raadpleging aan vooraf gaan
- ◇ Veel normen ontstaan op een meer spontane en vaak onbewuste manier

NORMEN ALS PRODUCT VAN SOCIALE VERGELIJKING

Er ontstaat een non-verbale dialoog waarin mensen samen op zoek gaan naar de manier waarop ze zich tegenover elkaar dienen te gedragen.

- ⇒ Iets gelijksaardigs doet zich voor wanneer verschillende individuen geconfronteerd worden met een situatie waar ze niet zo meteen weten wat ze erover moeten denken
- ⇒ Sociale normering, het ontwerpen van een gezamenlijke norm
- ⇒ Aangetoond in een experiment van de turks-amerikaanse psycholoog Sherif
- ⇒ EXPERIMENT: autokinetische effect, (pg 210)
- ⇒ Waar de gemeenschappelijke norm zich bevindt is afhankelijk van de aanvangspositie waaruit de verschillende groepsleden vertrekken

6.2 IMPACT VAN SOCIALE NORMEN OP DE GROEPSLEDEN

Conformeren = aanpassing, de neiging om gedrag, gevoelens enz. aan te passen aan die van een groep zonder dat er vanuit deze groep enige rechtstreekse druk of dwang wordt uitgeoefend.

- ◇ Mensen hebben de spontane neiging om zich te conformeren aan wat ze als norm ervaren in een groep

Inwilligen = wanneer er expliciet gevraagd wordt om iets te doen wat men uit zichzelf niet zou doen

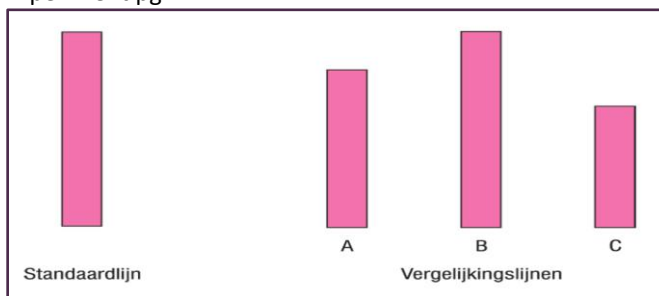
Gehoorzamen = wanneer de vraag de vorm aanneemt van een bevel waaraan men dient te gehoorzamen

6.2.1 CONFORMEREN AAN EEN GROEPSNORM

CONFORMEREN TEGEN BETER WETEN IN

ASCH: van mening dat de resultaten van SHERIF te eenzijdig waren.

Experiment pg 214



WAAROM CONFORMEERT MEN?

Proef ASCH

- niet tegenin durven gaan uit vrees
- dachten dat ze dingen verkeerd hadden gezien

Proef SHERIF

- "gewoon de afstand vermeld"

- ⇒ De deelnemers van Sherif namen het oordeel van de groep volledig in zich op, terwijl die van Asch de groep alleen maar napraatten
- ⇒ Onderscheid maken tussen twee soorten conformisme !

Twee verschillende motieven

- 1) redenen om akkoord te gaan
- 2) druk om toe te geven

Informatiegerichte of informatieve sociale beïnvloeding

- ◇ Sterker als er een expert aanwezig is
- ◇ De aanwijzingen van de groep worden als een middel ervaren om in een onzekere situatie te weten hoe men zich behoort te gedragen of hoe men de toestand moet inschatten
- ◇ Cognitieve aard

Normatieve sociale beïnvloeding

- ◇ Het groepsoordeel wordt hier wel als een 'norm' ervaren waar men zich, op straffe van uitsluiting, maar beter bij aansluit
- ◇ Sociale aard
- ◇ Groep = doel **NALEZEN IN CURSUS !! termen omgewisseld !!**

de beïnvloedbaarheid van getuigen

In hoeverre zeggen Asch's bevindingen iets over situaties in het gewone leven, waar het er vaak minder eenduidig aan toegaat en waar beide soorten beïnvloeding soms door elkaar heen kunnen lopen!

Experiment:

- ◇ Één deelnemer met drie rolspelers
- ◇ Foto zien, nadien dader aanwijzen
- ◇ Ambigue situatie (Sherif) en heldere situatie (Asch)
- ◇ Vrijblijvend karakter: 7 van de 13 beoordelingssituaties foutieve antwoorden
Ambigue S 35% & Heldere S 33%
- ◇ Getuigenis belangrijk + beloning: 7 van de 13 beoordelingssituaties foutieve antwoorden
Ambigue S 51% & Heldere 16%
- ◇ DE MATE WAARIN MENSEN ZICH CONFORMEREN IS DUS GEEN VAST GEGEVEN

Onderzoek gedaan naar het soort factoren die daar invloed op hebben

- ◇ Van enkele factoren is de invloed vrij helder, maar rond andere hangt er nog heel wat onduidelijkheid!

KENMERKEN VAN DE GROEP (NORMATIEVE BEINVLOEDING)

1) Heeft de **grootte van de groep** er wat mee te maken?

- ◇ JA EN NEEN

ASCH

- ◇ De hoeveelheid conformisme neemt toe tot de groep zo'n 3 à 4 leden telt

ROD BOND

- ◇ De relatie blijft licht positief indien er publiek stelling genomen dient te worden
- ◇ OP ASCH: dat de hoeveelheid conformisme niet toenam zodra er 3 of 4 rolspelers in het geding waren, zou er volgens hem op kunnen wijzen dat de proef op dat moment ongeloofwaardig werd!

2) De **unanimiteit** waarmee ze hun standpunt naar voren brengen

- ◇ Zodra een lid van de meerderheid een afwijkende mening verkondigt, daalt de hoeveelheid conformisme aanzienlijk
- ◇ Of het antwoord juist of fout is maakt niet uit
- ◇ De afwijking van de meerderheid telt!

3) De **groepscohesie** (blijft onduidelijk)

- ◇ Veel hangt af van het soort kwesties waarover het gaat
- ◇ De druk blijkt toe te nemen naarmate de groepsleden zich meer met elkaar verbonden voelen
- ◇ De druk is groter in groepen met een sterke cohesie

KENMERKEN VAN DE SITUATIE

1) Mondeling VS Schriftelijk

- ◇ Geen anonimiteit bij het hardop zeggen van het antwoord
- ◇ Via anonieme briefjes zo deze normatieve beïnvloeding wegwerken

2) Specifiek temperament + eigenschappen gebonden aan de cultuur

6.2.2 INWILLIGEN VAN EEN VERZOEK

Er zijn heel wat situaties waarin we wel met een expliciete vraag geconfronteerd worden.

Dikwijls is er geen sprake van een rechtstreekse vraag, maar probeert men ons enkel gunstig te stemmen ten aanzien van het aangeboden, in de hoop dat we, vanuit die positieve attitude, wel vanzelf de stap zullen zetten.

A DE VOET TUSSEN DE DEUR/DE DEUR TEGEN DE NEUS

Cognitieve dissonantietheorie

- ◇ Door iemand eerst te doen instemmen met een klein verzoek, zo dachten zijn, wordt het een stuk moeilijker om neen te zeggen tegen een tweede veel groter verzoek
- ◇ Teweegbrengen van dissonantie
- ◇ Experiment pg 226

Zelfperceptietheorie

- ◇ Wie op de eerste vraag ingaat, zich daardoor gaat beschouwen als iemand die voor dat soort zaken gewonnen is, waarna een volgend gedrag mede gestuurd wordt vanuit dat bijgewerkte zelfbeeld

B DE DEUR IN HET GEZICHT

- ◇ Soms meer effect wanneer iemand eerst met een onmogelijk groot verzoek afkomt, om vervolgens met een meer bescheiden vraag voor de dag te komen
- ◇ **Reciprociteitsnorm = wederkerigheidsnorm:** het feit dat mensen zich verplicht voelden de 'toegeving' die de vraagsteller gedaan had te beantwoorden met een wederdienst
- ◇ Experiment pg 227

C ENKELE VARIANTEN:

LOW BALL TECHNIQUE OF 'ALS-DE-BAL-EENMAAL-AAN-HET-ROLLEN-IS'

- ◇ Er wordt eerst een beperkt engagement gevraagd, en pas wanneer de aangesprokene daarmee instemt, komt de volle toedracht van de vraag boven
- ◇ Zijdelings een beroep op de norm om consistent te blijven met zichzelf en niet terug te komen op eerder aangegane verbintenissen
- ◇ Experiment pg 228

6.2.3 GEHOORZAMEN AAN EEN BEVEL

De meest directe manier om mensen dingen te laten doen die ze uit zichzelf niet van plan waren, is uiteraard hen uitdrukkelijk een bevel daartoe geven.

De vraag daarbij is echter wat er nodig is opdat zij dat ook nog zouden opvolgen

⇒ Gehoorzaamheid

Allport – Eichmann experiment

Zie pg 229

HET BASISEXPERIMENT VAN MILGRAM

Eigenlijke proef

- ◇ Eén deelnemer, één rolspeeler, één proefleider
- ◇ Er werd verteld dat het doel van het onderzoek erin bestond het effect van straf na te gaan op het leren
- ◇ Echte deelnemer werd schijnbaar door lottrekking aangewezen als leraar, rolspeeler als leerling
- ◇ Telkens wanneer de leerling een fout maakte, moest de leraar hem een straf toedienen
- ◇ Straf = elektrische schokken
- ◇ Communicatie vond plaats via intercom
- ◇ Leerling maakte opzettelijk verschillende fouten
- ◇ Bij elke fout = schok harder
- ◇ Schokken werden intensiever => reacties werden dramatischer
- ◇ Telkens wanneer de deelnemers aarzelden of weigerden om nog schokken toe te dienen, drong hij er tot 4 na elkaar op aan om niet te stoppen
- ◇ Globaal bleef zo'n 65% procent van de bijna duizend onderzochte deelnemers schokken toedienen tot en met het maximum van 450 volt
- ◇ Gemiddelde schokniveau : 368 volt
- ◇ Proef ging niet over agressie, maar over gehoorzaamheid
- ◇ PP vertoonden diverse tekenen van spanning en wilden er meteen mee ophouden zodra de leerling erom vroeg, maar dat weerhield hen er niet van om door de lichte druk van de bevelvoerder er toch maar mee door te gaan

Gehoorzaamheid = het opzichzelf van de eigen morele code om enkel nog te functioneren als uitvoerder van een bevel of een opgelegde taakomschrijving

ENKELE VARIANTEN

- ◇ Het ligt aan de persoonlijkheid
- ◇ De rol van het slachtoffer:
 - Zintuiglijke nabijheid manipuleren
 - Aanraking
- ◇ De rol van de autoriteit:
 - fysieke nabijheid manipuleren
 - bevel van gewone deelnemer
- ◇ De rol van de context:
 - buiten de universiteit
- ◇ De rol van de procedure
- ◇ De rol van de groepsdruk

Zie pg 232

WAAROM GEHOORZAAMT MEN

Milgram

- ◇ Kadert het gehoorzaamheidsfenomeen in het feit dat de mens als sociaal wezen, van nature geneigd is om groepen te vormen en daar een zekere hiërarchie in aan te brengen, die dan ook gerespecteerd moet worden
- ◇ Niet aangeboren, krijgt concreet vorm vanuit de cultuur en de opvoeding

Wat is er nodig opdat het individu een stuk van zijn zelfstandigheid zou opgeven?

- ◇ Verre antecedenten: die vooral in de opvoeding te zoeken zijn
- ◇ Concrete omstandigheden

Apart soort gevoeligheid ontwikkelt om te letten op de geringste signalen die erop kunnen wijzen dat een bepaalde persoon iemand is wiens bevel opvolging verdient

- ◇ Uiterlijke tekenen: labo-jas, strepen of sterren
- ◇ Bepaalde gedragsstijl: iemand die spontaan het woord neemt

Bevelen moeten als legitiem ervaren worden:

- ◇ Als passend binnen de rol die de leider op dat moment is toegemeten en/of in overeenstemming met de belangen van degenen die ze moeten opvolgen

Overkoepelende ideologieën

- ◇ Zeer vage en algemene waardesystemen waarin ieder lid van de groep geacht wordt sowieso achter te staan, zoals het 'algemene belang', 'de wetenschap', de 'vooruitgang' etc

Uitvoerdersstatuut = agentic state

- ◇ Zodra de persoon het bevel aanvaard heeft, doet er zich volgens Milgram een gedaanteverandering voor, waardoor hij een deel van zijn autonomie opgeeft en overschakelt naar een uitvoerdersstatuut
- ◇ Gedrag wordt anders: handelen, waarnemen, denken, voelen
- ◇ Afstemmen op de bevelvoerder

Waarnemen	Denken	Voelen
Richt zich op wat de leider zegt	Gaandeweg neemt de uitvoerder het hele interpretatiekader van de leider over	Vooreerst verdwijnt elk persoonlijk verantwoordelijkheidsgevoel. men ervaart geen persoonlijke schuld, heel positieve morele gevoelens komen naar boven

NIEUWE ONDERZOEKSGEGEVENS

Wim Meeus en Quinten Raaijmakers

- ◇ Opdracht: sollicitant te bestoken met een reeks van vijftien negatieve opmerkingen terwijl hij een test aan het invullen was met het oog op het krijgen van de job
- ◇ Bij iedere aarzeling werd hij tot 4x toe door de proefleider aangemaand door te gaan
- ◇ Ruim 90% van de deelnemers doorliep de hele procedure, ondanks de steeds duidelijkere tekenen van stress bij de sollicitant
- ◇ Toch oordeelde een controle groep, bestaande uit mensen die het experiment niet meemaakten maar een gedetailleerde beschrijving ontvangen hadden, dat hooguit 9 procent tot het uiterste zou gaan
- ◇ Verklaring: de omschakeling die zich bij de deelnemers kennelijk had voorgedaan van een autonoom naar een uitvoerdersstatuut. Zij besloten dat het gedrag niet enkel toegeschreven kon worden aan de geleidelijkheid van de procedure waardoor de deelnemers het steeds moeilijker hadden om te stoppen

Jerry Burger

- ◇ Gelijkaardig aan het Milgram experiment
- ◇ Pg 237

10 VRIENDSCHAP, LIEFDE EN PROSOCIAAL GEDRAG

10.1 HET ONTSTAAN VAN POSITIEVE GEVOELENS

Onderscheid

- ◇ Affectieve aantrekking:
we voelen ons met heel onze persoon tot de ander aangetrokken,
gevoelens van warmte en sympathie
- ◇ Statusgerichte aantrekking
respect en bewondering

10.1.1 HET FYSIEKE UITERLIJK

INVLOED VAN EEN MOOI UITERLIJK

Het belang van een knap uiterlijk heeft veel invloed op wat men van iemand vinden

WAT WE AANTREKKELIJK VINDEN AAN ELKAAR

Michael Cunningham

- ◇ Studenten moesten een reeks foto's van mannen en vrouwen beoordelen en maakte vervolgens een nauwkeurige opmeting van de kenmerken die gemeenschappelijk waren bij de foto's die als meest aantrekkelijk beoordeeld werden
- ◇ Grote ogen en pupillen, brede jukbeenderen en een vriendelijke gelaatsexpressie worden bij zowel mannen als vrouwen attractief ervaren
- ◇ Bij vrouwen zijn hoge wenkbrauwen, smalle kaken, kleine neus en kin favoriete kenmerken
- ◇ Bij mannen is het een wat meer geprononceerde kin
- ◇ Bij vrouwen zijn vooral de borsten, smalle taille en brede heupen aandachtstrekkers
- ◇ Bij mannen een relatief grote gestalte en brede schouders
- ◇ Kenmerken die universeel heel erg gewaardeerd worden

Judith Langlois

- ◇ Tendens om vooral het gemiddelde patroon van de eigen populatie (het prototype van de eigen groep) mooi te vinden
- ⇒ De geprefereerde gelaatstreken van vrouwen geven haar vooral een jonger imago, terwijl de mannelijke trekken een stoerder uiterlijk laten zien

HET UITERLIJK STAAT NIET ALLEEN

Pamela Regan

- ◇ Vooral met het oog op kortstondige relaties hechten mensen veel belang aan het uiterlijk
- ◇ Binnen een langdurige relatie krijgen innerlijke kenmerken meer gewicht
- ◇ Toch vormt het uiterlijk een eerste filter
- ◇ De eerste indruk die we van iemand opdoen, makkelijk uitstraalt op andere eigenschappen

Mark Snyder

- ◇ Mannelijke studenten kregen een foto te zien van een vrouw met wie ze kort nadien een telefoongesprek zouden hebben
- ◇ In feite ging het steeds om dezelfde vrouw, maar bij sommigen was de foto zo getrukeerd dat ze zeer aantrekkelijk of zeer onaantrekkelijk uitzag
- ◇ Studenten die een aantrekkelijke vrouw aan de lijn meenden te hebben stelden zich positiever op
- ⇒ Soort gelijk onderzoek van Andersen en Bem bij vrouwen: eenzelfde effect

10.1.2 CONTACTFREQUENTIE

Leon Festinger, Stanley Schachter en Kurt Back

- ◇ Vriendschapsbanden binnen een universitaire woonwijk voor gehuwde studenten
- ◇ Niemand had z'n burens kunnen kiezen, toch meeste vriendschappen binnen eenzelfde gebouw
- ◇ Meer vriendschappen tussen mensen op eenzelfde verdieping

Verklaring:

- ◇ Het feit dat met iemand met wie je nooit contact hebt, natuurlijk nooit je vriend of partner kan worden
- ◇ De veelvuldigheid van de contacten speelt een rol: contactfrequentie en aanbiedingsfrequentie

10.1.3 GEMEENSCHAPPELIJKE KENMERKEN

LIDMAATSCHAP VAN EENZELFDE GROEP

*Mensen die afkomstig zijn van eenzelfde streek, die lid zijn van eenzelfde club of vereniging, etc
Voelen zich over het algemeen meer tot elkaar aangetrokken dan individuen die tot verschillende sociale categorieën behoren*

In-en out group

- ◇ Dat mensen een spontane voorkeur hebben voor leden van de in-group komt onder meer tot uiting in de partnerkeuze

INNERLIJKE OVEREENKOMSTEN

De aantrekking op basis van uiterlijke verwantschappen speelt vooral een rol bij de start van een relatie

- ◇ Naarmate de contacten intenser worden blijkt veeleer de overeenstemming inzake innerlijke kenmerken aan betekenis te winnen

Verskillende redenen aan de basis van de voorkeur die we hebben voor wie er gelijkaardige opvattingen en attitudes op na houdt zoals wijzelf

- ◇ Belangrijke thema's
- ◇ We vergelijken onze opinies en attitudes het liefst met mensen die zoals ons denken
- ◇ Balanstheorie van Heider: een positieve attitude ten aanzien van wie positief staat tegenover dingen die wijzelf hoog inschatten, is in balans en geeft een aangenaam gevoel

10.1.4 WEDERZIJDSE SYMPATHIE

SOCIALE UITWISSELING

John Thibaut en Harold Kelley – sociale uitwisselingstheorie

- ◇ Er vindt een uitwisseling plaats tussen verschillende 'goederen' waarbij de kosten en de baten ongeveer in evenwicht moeten zijn
- ◇ Vergelijkingsniveau: rekening houden met wat ieder als een rechtmatige verdeelsleutel ervaart

EVOLUTIONAIRE BETEKENIS

Ruilhandel

- ◇ Mannen gaan voor een vrouw die fysiek aantrekkelijk is
- ◇ Vrouwen kiezen een man die er niet bepaald mooi moet uitzien, maar die wel bemiddeld is of die op zijn minst in staat is om een goed inkomen te verwerven
- ◇ Vrouwen investeren hun schoonheid, mannen hun potentiële rijkdom

10.2 HET ONTWIKKELEN VAN EEN HECHTE BAND

Niet kennen

10.3 IETS DOEN VOOR ONBEKENDEN

Altruïsme

- ◇ Gedragingen die enkel gericht zijn op het belang van de ander en niet op het eigen belang
- ◇ Anderen betwijfelen dit, volgens hen komt er altijd wel een stukje eigenbelang bij kijken

Pro-sociaal gedrag

- ◇ Gedrag dat er in de eerste plaats op uit is om anderen te helpen, ongeacht de vraag of men zich daar zelf ook beter bij voelt

Twee verschillende soorten pro-sociaal gedrag:

- ◇ Hulpverlenend gedrag in noodsituaties
- ◇ Situaties waarbij mensen moeten kiezen tussen het directe eigenbelang en het groepsbelang

10.3.1 ONDERLIGGENDE MOTIVIEVEN VAN PROSOCIAAL GEDRAG

DE GENEN ALS KOELE BEREKENAARS

Edward Kessel

- ◇ Dansvliegjes zijn vleesetende insecten, voor mannetjes is het geen sinecure om voor en zelfs tijdens de paring niet opgepeuzeld te worden te worden door hun geliefde
- ◇ Insect vangen en aanbieden
- ◇ Insect in zijdeachtige stof verpakken
- ◇ Leeg ballonnetje

1 GENEN

Verwantschapselectie

- ◇ Het bevoordelen van individuen die een groot aantal genen gemeen hebben met het individu in kwestie

Voor de primitieve mens was het een noodzaak om te overleven om op zijn soortgenoten te kunnen rekenen
Genen die samenwerking, zelfs met niet-verwanten, mogelijk maakten waren dus in het voordeel

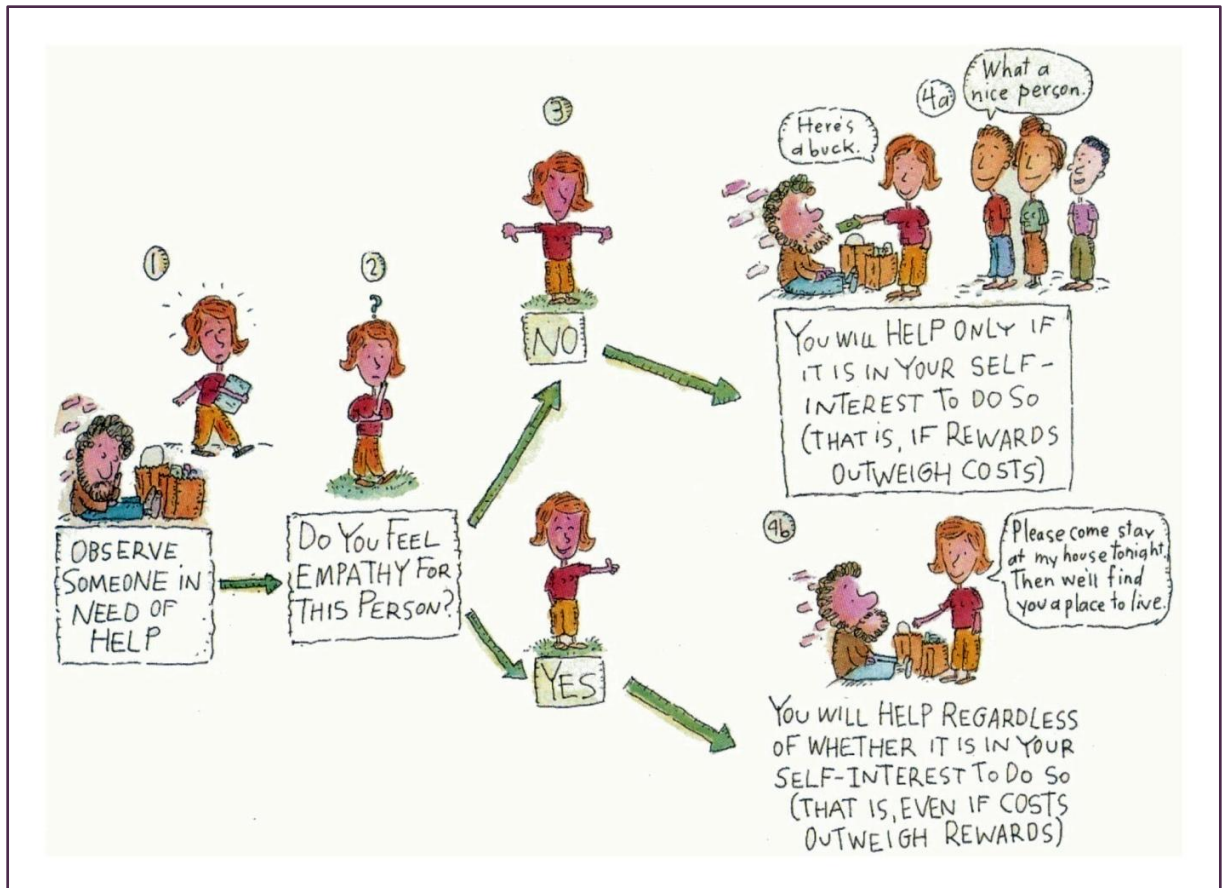
2 SOCIALE UITWISSELING

- ◇ De kosten mogen de baten niet overschrijden
- ◇ Alles wat we voor een ander doen, gaat in feite uit van een welbegrepen eigenbelang
- ◇ Hoeven niet altijd materiële beloningen te zijn, maar ook het fijne gevoel telt

3 HET PROMOTEN VAN ANDERMANS BELANG

Empathie-altruïsmehypothese – Daniel Batson

- ◇ Empathie is de schakelaar die het pure eigenbelang doet kantelen in de richting van altruïsme
Empathie is het vermogen om zich in te leven in de situatie van de ander en daarbij dezelfde gevoelens te ervaren als de persoon zelf
- ◇ Er is sprake van echt altruïsme wanneer mensen iets voor een ander doen, puur uit empathie en ongeacht de beloning en ongeacht de beloning die ze er eventueel voor kunnen krijgen



10.3.2 HULP BIEDEN IN NOODSITUATIES

Kitty Genovese

- ◇ Pg 379 lezen

John Darley en Bibb Latané

- ◇ Van mening dat een slachtoffer doorgaans minder kans heeft om geholpen te worden naarmate het aantal getuigen groter is

4 STAPPEN NAAR HET BIEDEN VAN HULP

Stap 1: De gebeurtenis opmerken

- ◇ Het kan gebeuren dat voorbijgangers het probleem niet opmerken
- ◇ Op grote schaal ligt onwetendheid vaak mede aan de basis

Stap 2: De gebeurtenis interpreteren als noodsituatie

- ◇ Misvattingen kunnen zich voordoen bij de confrontatie met een individuele noodsituatie
- ◇ Opdat een gebeurtenis als noodzakelijk begrepen zou worden dienen de signalen dus zo ondubbelzinnig mogelijk uitgestuurd en begrepen te worden

Stap 3: Verantwoordelijkheid opnemen

- ◇ Men dient zichzelf medeverantwoordelijk te voelen
- ◇ Diffusie van verantwoordelijkheid: het feit dat iedereen denkt dat een ander wel iets zal ondernemen

Stap 4: Beslissen hoe je kan helpen

- ◇ Vooral wanneer mensen, mede als gevolg van de situatie, zwaar onder spanning staan, kan het heel moeilijk worden om voldoende vindingrijkheid aan de dag te leggen
- ◇ Belangrijk om vooraf duidelijke instructief te krijgen of - beter nog – getraind te worden in het soort handelingen die op zo'n moment van nut kunnen zijn
- ◇ Pas stap 4 als je 1 2 3 goed doorlopen hebt

Stap 5: Werkelijk hulp bieden

- ◇ Vooral hier dat de kosten en de baten van het al of niet helpen tegenover elkaar afgewogen zullen worden, tenzij de empathie die men voelt ten aanzien van het slachtoffer de doorslag geeft

INWERKENDE FACTOREN: EXAMENVRAAG

Hugh Hartshorne & Mark May

- ◇ Bleek dat eigenschappen zoals behulpzaamheid en eerlijkheid erg situatie gebonden zijn
- ◇ Uit de vaststelling hoe iemand zich gedroeg in de ene situatie, kon in feite niets zinnigs voorspeld worden over wat hij in een willekeurige andere situatie zou doen
- ◇ persoonlijkheidsvariabele

Hans-Werner Bierhoff

- ◇ Empathie kan drempelverlagend werken
- ◇ Mensen die zich makkelijker kunnen inleven in andermans situaties lijken in het voordeel te zijn
- ◇ Vergeleken het persoonlijkheidsprofiel van mensen die getuige waren van een ernstig verkeersongeval en die daarbij wel of geen hulp geboden hadden
- ◇ Mensen die actief geholpen hadden scoorden hoger op eigenschappen empathie en sociale verantwoordelijkheid
- ◇ persoonlijkheidsvariabele

Daniel Batson: de empathie-altruïsmehypothese

- ◇ Het hangt vooral af van de situatie of ze zich voldoende kunnen inleven in andermans lot
- ◇ persoonlijkheidsvariabele

Alice Eagly

- ◇ Verschillen werden globaal vastgesteld tussen mannen en vrouwen
- ◇ Mannen: kortstondige en risicovolle situaties
- ◇ Vrouwen: minder spectaculaire maar langdurige inzet in de verzorgende sfeer
- ◇ persoonlijkheidsvariabele

Michael Bond

- ◇ Wat de culturele verschillen betreft lijken de zaken minder voorspelbaar
- ⇒ Dit waren persoonlijkheidsfactoren
- ⇒ Sitatiefactoren/variabelen: stad-platteland, haast, gemoedsstemming, aantal medegetuigen

Darley & Batson

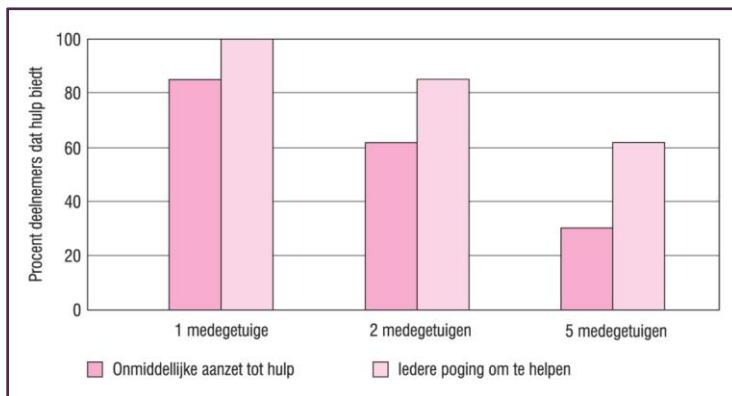
- ◇ Priesters in opeiding
- ◇ Haasten – niet haasten
- ◇ Passeren van een man die hoestend en kreunend ineengezakt zat
- ◇ Ondernemen ze iets?
- ◇ 63% van de niet haasten groep reageerde, 10% van de gehaasten reageerde

Alice Isen en Paula Levin

- ◇ Gemoedsstemming
- ◇ Positieve stemming blijkt mensen het beduidend makkelijker te maken om anderen ter hulp te snellen
- ◇ Man met losse bladeren helpen: gelukkig 87% hielp, niet gelukkig 4% hielp

Darley & Lanat : het omstanderseffect (bystander effect)

- ◇ Vooral het bepalen van eigen verantwoordelijkheid kan potentiële hulpverleners op een verkeerd been zetten
- ◇ Experiment
- ◇ Studenten moeten discussie aangaan, anonimiteit verzekerd: apart kamertje, proefleider luistert niet mee
- ◇ Sommige deelnemers dachten dat   n andere persoon deelnam, anderen 2 en anderen 5
- ◇ Gegeven moment kreeg andere persoon plots toeval: vroeg om hulp en dan akelig stil
- ◇ Alle deelnemers die dachten dat ze er alleen voorstonden snelden het slachtoffer ter hulp
- ◇ Met 2 getuigen: 85% hielp
- ◇ Met 5 getuigen: 62% hielp
- ◇ Verschil in tijd! Alleenconditie: 52 seconden,   n medegetuige: 93 seconden, vier medegetuige: 166 seconden



Patrick Markey

- ◇ Omstanderseffect in de virtuele omgeving van een chatroom
- ◇ Jongen of meisje die niet wist hoe je het profiel kon opzoeken van iemand met wie je wilt chatten
- ◇ Snelheid van het antwoord omgekeerd evenredig aan het aantal personen die op het moment in de chatroom aanwezig zijn
- ◇ Het remmende effect van de groep werd meteen weg gewerkt zodra de vraag specifiek naar een welbepaalde persoon gericht werd

Wie de kans om geholpen te worden aanzienlijk wil verhogen in situaties waarin er meerdere getuigen aanwezig zijn, doet er goed aan niet zomaar in het wild om hulp te schreeuwen, maar kan beter een specifiek iemand aanspreken en hem intussen strak in de ogen kijken

Roepen "help ik word vermoord" vergroot bij omstanders het gepercipieerde risico om te helpen

10.3.3 KIEZEN TUSSEN HET EIGENBELANG EN HET GROEPSBELANG

- ⇒ Er zijn nogal wat situaties waarin mensen de neiging hebben om iets te doen wat hun persoonlijk wel goed uitkomt, maar dat tegelijk nadelig is voor de groep als geheel

Sociale dilemma's

- ◇ Komt er op neer dat een individu een keuze moet maken tussen verschillende alternatieven, waarbij de eigen directe (en vaak kortzichtige) voordelen in conflict treden met meer zwaarwichtige collectieve belangen, die vaak pas voelbaar zullen worden op langere termijn

Garret Hardin

- ◇ De teloorgang van *de commons*: de gemeenschappelijke weilanden in de meeste Engelse steden waarop iedere inwoner destijds gratis zijn vee kon laten grazen
- ◇ Systeem ging ten onder door eigen winst

Twee soorten situaties

- ◇ Bij sommige (zoals de commons) gaat het erom dat mensen niet te veel mogen nemen uit de gemeenschappelijke pot, opdat ieder aan zijn trekken kan komen
- ◇ Bij andere situaties komt het erop aan dat niemand zich zou onttrekken aan de bijdragende die nodig zijn om die gemeenschappelijke pot voldoende te spijzen

Vraag: wat gaat er bij mensen om in dat soort situaties? Hoe kan men hen ertoe brengen om het onmiddellijke eigenbelang aan de kant te schuiven ten voordele van het gemeenschappelijke belang?

HET GEDRAG VAN MENSEN IN SOCIALE DILEMMASITUATIES

Henk Wilke

- ◇ Gemeente die wijkbewoners een stuk grond ter beschikking stelt om er een speelploegje op in te richten
- ◇ Voorwaarde: zij moeten zelf het nodige geld bijeen brengen
- ◇ Aanlokkelijk voor de bewoners om heel zuinig te zijn met de eigen bijdrage en toch volop te profiteren met de collectieve voorziening

Linnda Caporeale

- ◇ Groepjes van 7 deelnemers
- ◇ Iedere deelnemer ontving 5 dollar, ze konden dat bedrag voor zich houden of investeren in een gemeenschappelijke pot
- ◇ Wanneer 4 van hen bereid waren om het geld op die manier af te staan zou ieder groepslid een bonus van 10 dollar ontvangen, anders waren ze hun geld kwijt
- ◇ Wanneer de deelnemers geen gelegenheid kregen om te overleggen, was het voor de meeste groepjes moeilijk om het quorum te halen

INWERKENDE FACTOREN

Wilke: Drie motieven of bekommernissen spelen een rol bij de beslissing om voorrang te geven aan het collectieve of aan het eigenbelang

- ⇒ GEF hypothese
- ◇ G = greed of hebzucht
- ◇ E = efficiency
- ◇ F = fairness of billijkheid

Linda Steg

Beoordelingsfactoren

- ◇ *Beloningsstructuur:* hoe groot is het verschil in uitkomst wanneer ik voor eigen profijt kies of voor het groepsbelang
 - Een keuze voor het eigenbelang brengt meestal een onmiddellijk en gegarandeerd voordeel op, terwijl de voordelen die uitgaan van een sociaal verantwoorde keuze minder tastbaar zijn en veel verder in de toekomst liggen
- ◇ *Transparantie van de beloningsstructuur:* de vraag in hoeverre alle gevolgen van beide alternatieven echt wel duidelijk zijn voor iedereen
- ◇ *De manier waarop de keuze tot stand komt:* anoniem of publiekelijk kiezen

Persoonlijkheidseigenschappen

- ◇ *Persoonlijke oriëntatie van het individu:*
 - coöperatief (maximaliseren van gezamenlijke opbrengsten),
 - individualistisch (opdrijven van het eigen individuele profijt),
 - competitief (het verschil tussen eigen opbrengsten en die van andere zo groot mogelijk te maken in het eigen voordeel)
- ◇ *De mogelijkheid om iets aan de situatie te doen*

Interactie tussen individu en de situatie

- ◇ Grootte van de groep
- ◇ Groepscohesie of de mate waarin het individu zich kan identificeren met de groep
- ◇ De aanwezigheid van duidelijke machtsverschillen tussen de betrokken partijen

HET PROMOTEN VAN COÖPERATIEF GEDRAG

Margaret Foddy

- ◇ Degelijke uitleg over de belangen die op het spel staan
- ◇ Heldere informatie aanbieden over de concrete gedragswijzen die de beste garanties aanbieden
- ◇ Duidelijk maken dat medewerking van de persoon tot wie men zich richt, cruciaal is om het doel te bereiken
- ◇ De verzekering geven dat heel wat mensen al formeel toegezegd hebben om een coöperatieve keuze te maken, bestaat er een redelijke kans op succes
- ◇ De krachten die aanwezig zijn binnen een groep, maximaal aan te spreken

7 GROEPSPRESTATIES: EEN GROEP FUNCTIONEERT ANDERS DAN EEN VERZAMELING INDIVIDUEN

7.1 INVLOED VAN ANDEREN OP DE INDIVIDUELE PRESTATIES

7.1.1 ALS DE INDIVIDUELE PRESTATIES HERKENBAAR ZIJN

SOCIALE FACILITATIE EN SOCIALE BELEMMERING

Experimenten pg 252 lezen

Sociale facilitatie (faciliteren):

een prestatie verbetert of wordt vergemakkelijkt door de aanwezigheid van (passieve) anderen.

Sociale belemmering (inhibitie):

een prestatie wordt bemoeilijkt door de aanwezigheid van anderen, de aanwezigheid van anderen werkt belemmerend.

Sociale inhibitie

- ⇒ Situaties waarin het individu een bepaald gedrag opzettelijk afremt in aanwezigheid van anderen omdat het niet als passend wordt ervaren

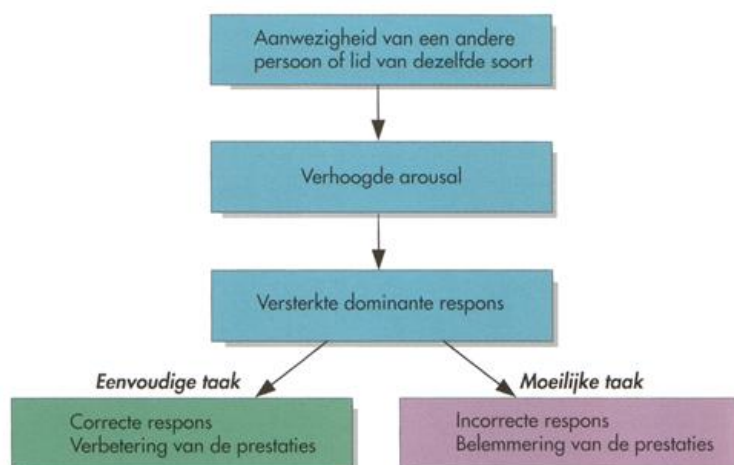
EEN EENHEIDSVKLRING

Zajonc

- ◇ Het verwerven van nieuwe of relatief moeilijke taken wordt gehinderd door de aanwezigheid van anderen, terwijl het louter uitvoeren van een gekend of gemakkelijk gedrag veeleer gefaciliteerd wordt

Verklaring

- ◇ Arousal = algemene activeringstoestand, bij publiek
- ◇ Verhoogde actiebereidheid maakt dat vooral die reacties sneller uitgebracht zullen worden die dominant zijn
- ◇ Bij eenvoudige of ingeoeffende activiteiten is de gewenste reactie meestal dominant
=> aanwezigheid van soortgenoten zal het sneller te weeg brengen
- ◇ Kenmerkend voor complexe of nog niet ingeoeffende activiteiten is dat de gewenste reactie niet dominant is



BIJKOMENDE VERKLARINGEN

Cottrell

- ◇ Alleen sprake van een verhoogde activering wanneer de persoon het gevoel heeft dat de aanwezigheid van anderen een evaluatiemogelijkheid insluit
- ◇ Experiment met 3 condities: proef alleen, proef met toekijkend publiek, proef met geblinddoekt publiek
- ◇ Geen verschil tussen alleen conditie en geblinddoekte conditie

Aandachtsconflict

- ◇ Aanwezigheid van soortgenoten maakt dat men zich minder goed op de eigenlijke taak kan concentreren, waardoor er een cognitieve overlast ontstaat en men geënerveerd raakt
- ⇒ Ook niet sociale factoren kunnen soms aan de basis liggen van een verhoogde arousal en op die manier mee verantwoordelijk zijn voor een facilitatie of inhibitie van het gewenste gedrag

PERSOONLIJKHEIDSVerschillen

Uziel

- ◇ Hoe staan we tegenover sociale contacten?
- ◇ Mensen die pos. staan sociale contacten meestal beter presteren ongeacht het soort van taak

Zajonc

- ◇ Naast taak ook persoonlijkheidsvariabelen
- ◇ Er kan nog altijd een invloed op de taak zijn door persoonlijkheidsvariabelen

7.1.2 ALS DE PRESTATIES NIET INDIVIDUEEL HERKENBAAR ZIJN

SOCIAAL PARASITEREN

Max Ringelmann

- ◇ Aantal individuen eerst afzonderlijk touwtrekken en berekende hun individuele trekkracht
- ◇ Vervolgens hetzelfde in groep en rekende uit wat nu de gemiddelde trekkracht per individu was
- ◇ Bleek progressief te verminderen naarmate er meer individuen bij betrokken waren

Alan Ingham

- ◇ Soortgelijke resultaten bij diverse sportdisciplines
- ◇ Tijden roeiwedstrijden
- ◇ Ploegen van 8 roeiers deden het daarbij gemiddeld slechts 23% beter dan wanneer ze slechts met twee waren

Bibb Lanaté, Kipling Williams en Stephen Harkins: social loafing

- ◇ Sociaal lummelen, sociaal lijntrekken of parasiteren
- ◇ Studenten produceerde minder decibels dan wanneer ze ervan overtuigd waren dat zij alleen aan het schreeuwen of klappen waren

Steven Karau-Williams: 2 groepen factoren van belang

- ◇ Een eerste heeft te maken met het opvijzelen van de individuele motivatie van de deelnemers
- ◇ Gender-cultuurverschillen

Sociale compensatie

- ◇ De omgekeerde tendens, waarbij individuen zich extra inspinnen wanneer ze merken dat andere leden van de groep minder kunnen of willen bijdragen dan wat nodig is om het gemeenschappelijke doel te halen

POSITIEVE EFFECTEN VAN ONHERKENBAARHEID

Soms voordeel als de individuele bijdragen van de groepsleden niet apart herkenbaar zijn

- ◇ Vooral het geval bij moeilijkere taken waarbij de leden onzeker zijn over de waarde van hun eigen inbreng
- ◇ De anonimiteit van de groep biedt dan een veilige omgeving voor wie bang is om zijn nek uit te steken, zodat de individuele prestaties er eerder door gestimuleerd dan afgeremd worden

Sociale durf

- ◇ De groep biedt een kader waarin het individu makkelijker risico's durft nemen

7.1.3 UITWERKING VAN EEN EENHEIDSMODEL

De aanwezigheid van anderen kan op diverse wijzen invloed hebben op de prestaties

Wanneer de individuele bijdrage herkenbaar is, veroorzaakt de aanwezigheid van anderen een verhoogde spanning, wat bij een gemakkelijke taak faciliterend werkt, maar bij een moeilijke taak eerder remmend

Wanneer de individuele prestaties niet apart zichtbaar zijn, doet dit de spanning juist afnemen, wat bij een gemakkelijke taak sociaal parasitisme in de hand werkt, terwijl het bij een moeilijke taak de nodige veiligheid biedt om risico's te durven nemen

PG 261 afbeelding

5 ATTITUDES: ONZE HOUDING TEGENOVER MENSEN EN DINGEN

Attitudes

- ◇ Positief, negatief of neutraal
- ◇ Bepaalt hun richting en intensiteit

A-B-C-combinatie

- ◇ Affectieve component (A)
- ◇ Gedrags component (B)
- ◇ Cognitieve component (C)

Allport

- ◇ Promoveerde attitudes tot het “meest essentiële begrip in de sociale psychologie”
- ◇ Meettechnieken ontwikkeld om attitudes te voorspellen
- ◇ Onderzocht hoe attitudes van buitenaf veranderd kunnen worden
- ◇ Oog op commerciële (reclame) en politieke (propaganda) doelstellingen

5.1 HET ONTSTAAN VAN ATTITUDES

Biologisch of erfelijk

- ◇ Baby's die vanaf een maand of twee voorkeur vertonen voor het menselijk gelaat
- ◇ Homo-of heteroseksuele gerichtheid

Ervaringen

- ◇ Objecten waar we overwegend positieve ervaringen mee gehad hebben zullen doorgaans een positieve attitude uitlokken
- ◇ Omgekeerde geldt voor negatieve ervaringen

Ervaringen kunnen op verschillende manieren invloed hebben op attitudes

- ◇ Sommige werken heel bewust na
- ◇ Anderen werken op een minder inzichtelijke manier door in ons gemoed: vaak zijn we er ons totaal niet bewust van

5.1.1 AANGEBOREN GEVOELIGHEDEN

Erfelijk geprogrammeerde voorkeuren

- ◇ Wordt onderzoek naar uitgevoerd

5.1.2 BEREDENEERDE AFWEGINGEN

Diverse soorten ervaringen die zich gekristalliseerd hebben rond de objecten waar ze betrekking op hebben

- ◇ Partnerkeuze
- ◇ Bewust afwegen van de gunstige en eventueel minder gunstige eigenschappen die men bij de partner meent te ontwaren
- ◇ Als mens zijn we in staat om ervaringen uit het heden of het verleden bewust in ons op te nemen of terug op te roepen in de herinnering en op basis daarvan een bepaalde attitude aan te nemen tegenover mensen en dingen om ons heen

Martin Fishbein en Icek Ajzen

- ◇ Attitude = vaak het resultaat van een afweging die ieder individu voor zichzelf maakt van wat voor hem de positieve en de negatieve aspecten zijn die samenhangen met een bepaald object
- ◇ Eerst een soort inventaris maken van alle voor- en nadelen
- ◇ Vervolgens elk een bepaald gewicht toekennen en ten slotte afwegen

5.1.3 CONDITIONERING

Klassieke en operante conditionering

KLASSIEKE CONDITIONERING

Ivan Pavlov

- ◇ Experiment met de hond
- ◇ Onvoorwaardelijk of ongeconditioneerde reactie (reactie opgeroepen door het voedsel)
- ◇ Voorwaardelijke of geconditioneerde reactie (reactie op belgeluid)

Pavloviaanse conditionering kan men ook terug vinden in de reclame

- ◇ Vooral producten die je moeilijk met rationele argumenten kunt aanprijzen, omdat ze veeleer een affectieve dan een nuttigheidswaarde hebben, worden op die manier gepromoot
- ◇ Positieve sfeer creëren rond het product -> positieve stemming -> als 'moois' of 'aangenaam' ervaren

DE VINDINGRIJKHEID VAN RECLAMEMAKERS

Sfeerbeelden met mensen erop mogen niet meer geassocieerd worden met tabaksproducten

- ◇ Zo'n reclame heeft effect
- ◇ Sigaretten in beeld vervangen door het logo
- ◇ Positieve sfeer rond het logo behouden

Logo = secundaire bekrachtiger

MENSEN ZIJN TOCH GEEN HONDEN?

Twee gedragsniveaus

- ◇ Overt behaviour: openlijk of manifest gedrag
- ◇ Covert behaviour: bedekt of innerlijk gedrag

Archie Levey en Irene Martin

- ◇ Evaluatieve conditionering
- ◇ Verwijst naar een conditionering die zich op dat tweede, subtiële niveau richt

Staats en Staats

- ◇ Politieke propaganda
- ◇ Door een ander land of een politieke tegenstrever herhaaldelijk te associëren met negatieve beelden of gebeurtenissen en de eigen partij of natie stelselmatig positieve associaties mee te geven, probeert men de mensen achter zich te scharen en tegen de ander op te zetten

Naom Chomsky

- ◇ Meest subtiële beïnvloedingstechnieken niet in dictaturen maar in samenlevingen met een vrije meningsuiting

OPERANTE CONDITIONERING

Twee soorten prikkels worden met elkaar geassocieerd

- ◇ Gaat om een associatie tussen een bepaald gedrag en een beloning of straf
- ◇ Toepassingen in de reclame

5.1.4 GEWENNING EN HET EFFECT VAN LOUTERE BLOOTSTELLING

Habituatie of gewenning

- ◇ De reactie die aanvankelijk werd uitgelokt door een prikkel, wordt geleidelijk minder intens naarmate de prikkel vaker wordt aangeboden, en na verloop van tijd kan ze zelfs helemaal achterwege blijven
- ◇ Negatieve en positieve effecten

Zajonc: de attitude-effecten van loutere blootstelling

- ◇ Het herhaaldelijk blootgesteld worden aan een stimulus de attitude ertegenover in een positieve zin doet veranderen
- ◇ Enkel onder bepaalde omstandigheden

EEN ZEER HERKENBAAR FENOMEEN

Aanbiedingseffect

- ◇ Mere exposure effect
- ◇ Turkse woorden experiment
- ◇ Reeks betekenisloze woorden
- ◇ Fictieve uitleg dat het om Turkse woorden gingen
- ◇ Woorden die vaker aangeboden waren, werden beduidend positiever beoordeeld

Prikkels die het frequents waren aangeboden, bleken in het algemeen ook het gunstigst geëvalueerd te worden

- ◇ Effect van de aanbiedingsfunctie
- ◇ Experiment richard moreland en scott beach
- ◇ Rolspeelsters die x aantal keren de les bijwoonden
- ◇ Even attractief, maar hoe vaker zij in de les zaten, hoe gunstiger zij beoordeeld werden

ENKELE TOEPASSINGEN

Product placement

- ◇ Het volstaat dat het merkproduct op een minder opvallende manier in beeld komt
- ◇ Conditioneringseffect kan meespelen
- ◇ Loutere aanbiedingseffect is evenzeer van kracht

Nobele doelstellingen – aanbiedingseffect

- ◇ Stereotypen te lijf te gaan
- ◇ Het intensifiëren van de contacten met leden van een out-group onder bepaalde voorwaarden kan helpen om vooroordelen af te bouwen om integratie te bevorderen
- ◇ Grotere vertrouwdheid met iemand leidt vaak tot meer vertrouwen en vandaar ook tot een gunstiger attitude ertegenover

BEPERKINGEN VAN HET EFFECT

1 het plafond effect

- ◇ Attitude kan niet onbeperkt positiever worden
- ◇ De invloed vlakt geleidelijk af en op een bepaald moment wordt een limiet bereikt
- ◇ Daarnaast kan er zelfs een zekere verveling ontstaan

2 liefst neutrale prikkels

3 aanbiedingseffect kan soms overschaduw worden door andere invloeden die ertegenin gaan

- ◇ Wanneer een prikkel te zeer geassocieerd wordt met negatieve contextgegevens, kan het gebeuren dat het eigenlijke aanbiedingseffect niet meer uit de vorm komt

5.1.5 SOCIAAL LEREN: IMITATIE OF MODELLEREN

Veel houdingen en opvattingen nemen we gewoon over van andere mensen

DE SOCIALE LEERTHEORIE

Albert bandura

- ◇ Eerste uitgebalanceerde theorie
- ◇ Voornamelijk betrekking op de manier waarop we, door het gedrag van anderen te observeren, nieuwe gedragsschema's verwerven en deze eventueel ook zelf ten uitvoer kunnen brengen
- ◇ Het verwerven en het uitvoeren van het gedragsschema zijn twee verschillende processen
- ◇ *Eerste proces: acquisition*
- ◇ *Tweede proces: performance*

Vier deelprocessen

- ◇ Aandacht (het observationele leren)
- ◇ Inprenten (het observationele leren)
- ◇ Motorische reproductieproces (imitatie)
- ◇ Motivatie (imitatie)

OVERNEMEN VAN ATTITUDES

Bandura

- ◇ Sociale leerprocessen kunnen eveneens gebruikt worden om attitudes te veranderen
- ◇ Lees pg 184

5.2 DOELGERICHTE BEINVLOEDING VAN ATTITUDES

Niet kennen

5.3 ATTITUDES EN GEDRAG

5.3.1 INVLOED VAN DE ATTITUDES OP HET GEDRAG

Traditioneel gaat men ervan uit dat de overgang tussen attitudes en gedrag heel rationeel verloopt

- ◇ Als je voor iets bent of iemand bent, dan gedraag je je daar ook naar
- ◇ Toch is dat niet altijd zo!

HET ONTBREKEN VAN CONSISTENTIE TUSSEN ATTITUDES EN GEDRAG

Attitudemeting

- ◇ Te algemeen gemeten
- ◇ Te specifiek gemeten
- ◇ Onderscheid tussen bewuste en onbewuste of impliciete attitudes
- ◇ Meer inhoudelijke factoren kunnen een overeenstemming tussen attitudes en gedrag in de weg staan
- ◇ Soms meerdere en onderlinge tegenstrijdige attitudes vat hebben op het gedrag

Sociale normen

- ◇ Bepaalde dingen zou je vanuit je persoonlijke attitudes wel willen doen, maar toch gebeurt het niet omdat het gedrag niet als passend wordt ervaren

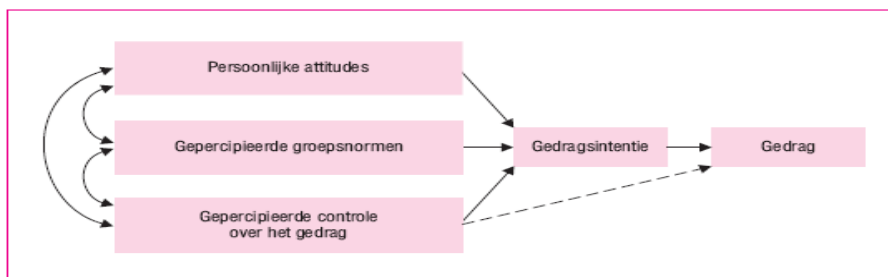
Hindernissen

- ◇ Praktische problemen
- ◇ Soms wil ik vanuit mijn persoonlijke attitudes niets liever dan een bepaald gedrag te stellen, en bovendien strookt het perfect met de sociale normen die ik belangrijk vind, maar het lukt me gewoon niet omdat allerlei hindernissen het me onmogelijk maken

EEN PROCESGEMATIGDE BENADERING

Icek Ajzen – Theorie van het geplande gedrag

- ◇ Gedragingen die het resultaat zijn van een weloverwogen beslissingsproces
- ◇ Soort synthese van de drie inhoudelijke factoren: attitudes, de sociale normen en de praktische omstandigheden
- ◇ Attitudes hebben invloed op de INTENTIE om gedrag te stellen
- ◇ Maar of ik die INTENTIE ook ten uitvoer zal brengen, hangt mee af van bepaalde NORMEN die ik belangrijk vindt
- ◇ De gepercipieerde controle over het gedrag of de eigen effectiviteit



5.3.2 INVLOED VAN HET GEDRAG OP DE ATTITUDES

- ⇒ Attitudes hebben niet alleen invloed OP het gedrag, ze kunnen zelf ook beïnvloed worden door het soort gedragingen die we stellen

Fritz Heider

- ◇ Blijkbaar willen we het gevoel hebben dat we ten volle achter de dingen staan die we doen
- ◇ Balanstheorie: mensen streven ernaar om hun attitudes met betrekking tot objecten die met elkaar in verband staan, onderling zo goed mogelijk in harmonie te brengen

COGNITIEVE DISSONANTIEREDUCTIE

Leon Festinger

- ◇ Bouwde verder op Heider's inzichten
- ◇ We streven niet enkel harmonie na tussen onze attitudes onderling, maar ook tussen de attitudes en allerlei andere cognitieve inhoud in verband met de objecten waarop ze betrekking hebben

Cognitieve dissonantietheorie

- ◇ Wanneer we een gedrag stellen dat botst met de eigen opvattingen of attitudes ontstaat er dissonantie en dat geeft een onaangenaam gevoel
- ◇ De dissonantie kan weggewerkt worden door het gedrag te veranderen, maar dat is lastig
- ◇ Makkelijker is het om de attitude of opinie zelf te veranderen of nieuwe consonante opvatting toe te voegen waardoor de dissonantie enigszins gecompenseerd wordt

Consonant = cognities in eenklank met elkaar

Dissonant = twee inhoud en die haaks op elkaar staan

ENKELE TOEPASSINGEN

Lezen pg 200