

Sociale en cross culturele psychologie college 6

Sociale beïnvloeding

1) Voorbeelden van sociale beïnvloeding zijn;

Mode; tegenwoordig broeken met scheuren erin. Vroeger voor mannen; afgezakte broeken waarbij de boxer zichtbaar was.

Experiment van Milgram; proefpersonen moeten shocks toedienen iedere keer dat een antwoord van iemand anders fout is. Steeds wordt het voltage verhoogd; kan tot de dood. (niet echt natuurlijk, maar lijkt wel zo voor pps.). Veel mensen gingen door tot het maximum, omdat hen werd gezegd dat ze door moesten gaan, door een experimentleider. Ze volgen de instructies zelfs al willen ze niet. Dit komt terug bij nummer 5, sociale druk.

Overzicht:

- 1) Inleiding
- 2) Sociale beïnvloeding
- 3) Theorieën over normen en sociale invloed
- 4) Sociale beïnvloeding in groepssituaties
- 5) Sociale druk
- 6) Beïnvloedingstactiek van persoon tot persoon

2) Sociale beïnvloeding

Waarom denk je bij sociale normen en sociale beïnvloeding; is het positief of negatief? Meestal wordt hier nogal negatief over gedacht omdat dit begrip gaat over hoe denken wordt beïnvloed van buitenaf, terwijl iedereen graag zijn eigen ding wil doen zonder dat anderen daar veel invloed op hebben.

Of zoals in het boek: "Sociale invloed is het proces waarbij mensen direct of indirect effect hebben op iemand anders gedachten, gevoelens en acties."

Dit hangt af van 2 aspecten:

1. Effecten aanwezigheid van anderen
2. Sociale druk en normen

Norm = gedeeld begrip over hoe wij moeten denken, voelen en handelen. Niet alleen 'regels' maar ook stereotypen, conventies, cultuur etc.

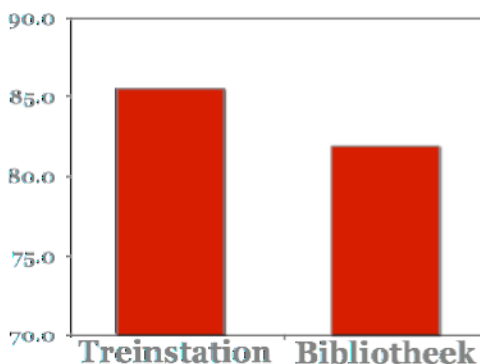
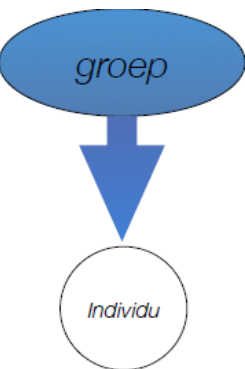
Effecten aanwezigheid van anderen kunnen de productiviteit verhogen of verlagen.

- Sociale facilitatie: fietsen in een groep gaat sneller; maar niet alleen door de aerodynamica (Triplet, 1896).
- Sociale inhibitie: als mensen in een groep touwtrekken gebruiken ze minder kracht dan wanneer ze alleen trekken.

Drive theory; (Zajonc, 1965)

- Mere presence: aanwezigheid van anderen is voldoende
- Verhoogt arousal en versterkt de dominante respons
 - Makkelijke (automatische) taken gaan beter
 - Moeilijkere taken gaan slechter

Evaluation apprehension: Eigen verwachting of de taak goed zal worden uitgevoerd, bepaald verband aanwezigheid productiviteit.



Activatie normen situatie; Aarts en Dijksterhuis (2003) lieten proefpersonenfoto's zien van een bieb of een treinstation. Daarna moest deze hardop een lijst met woorden voorlezen en ging ze meten hoe hard er werd gepraat.

Normen werken dus top-down, maar niet enkel op die manier. De interactie tussen individu en groep is belangrijk: Top – down en bottom-up zijn extreme gevallen. Meestal is er een wisselwerking

Sherif (1935): *Norm formatie*

Autokinetisch effect is een optische illusie: Als je in een verduisterde ruimte naar een lichtpuntje kijkt, lijkt het alsof dit langzaam gaat bewegen.

Als je mensen vraagt om te schatten hoe ver het beweegt dan ziet iedereen iets anders. Zoals de drie lijnen in dit figuur aangeven.

Maar in een groep convergeren de schattingen tot een normatieve waarde die typisch is voor die groep.

Wat extra opvalt is dat deze

normatieve waarde ook blijft bestaan als de mensen niet meer in een groep bij elkaar zijn. Ze houden deze groepsnorm wel vast.

Vb.) Kees Keizer (van de RUG) deed een onderzoek in een steegje met twee condities:

Conditie A is het 'netjes'; er staat een verboden voor graffiti bord en er zit geen graffiti op de muren. Conditie B is niet netjes, zelfs al staat het verbodsbord er, er zit wel

graffiti op de muren.

Aan de fietsen hangt hij een flyer en hij kijkt hoeveel % deze op de grond gooit.

- Geen graffiti: 33%
- Wel graffiti: 69%

Mensen overtreden de norm in conditie B, dus dan doe jij dat ook.

Hetzelfde werkt in conditie A, mensen houden zich aan de norm, dus dan doe jij dat ook.

Zijn wij ons wel bewust van de invloed van normen?

Bijv.) Pronin, Berger en Molouki (2007) deden een onderzoek onder studenten, naar waarom zij een ipod kochten. De meerderheid van de studenten zei dat ze dachten dat hun vrienden enkel met de mode wilden meedoen.

Maar! Over zichzelf zeiden ze iets anders; norm volgen / anderen volgen is negatief dus schaal je eigen redenen om een ipod te kopen onder eigen keuze i.p.v. het volgen van de mode zoals ze wel deden bij hun vrienden.



Tot slot: Zelfs als je in een groepje samenwerkt neem je vaak de houding van de ander aan om meer bij de groep te horen.

Conclusie:

We zijn ons meestal niet bewust van de invloed van normen en andere sociale factoren.

Dit zie je in: - Persoonlijke interactie; een meningsverandering kan ongemerkt optreden.

- Mode

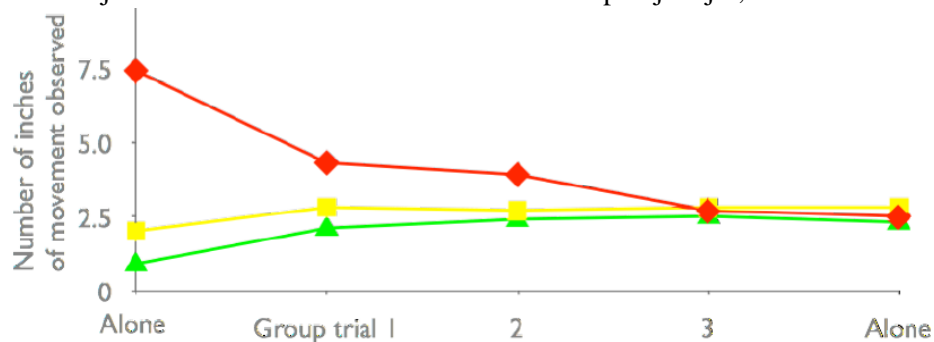
Normen en waarden uit de omgeving worden geïnternaliseerd. (je eigen gemaakt)

3) Theorieën over normen en sociale invloed

Kijk vooral even de filmpjes; ze zijn leuk!

Filmpje 1: De Japanse makaken; het duurde heel erg lang voordat ze dit gedrag hadden geleerd. Op een gegeven moment moet er een aap zijn geweest die bedacht dat het beter smaakte als de aardappel werd gewassen zodat er geen zand meer aan zit. Dit heeft de aap aan een baby van de volgende generatie moeten leren en zo voort. Dit heeft dus generaties geduurd om door te geven!

<http://www.arkive.org/japanese-macaque/macaca-fuscata/video-08c.html>



A



B



Filmpje 2: Chimpansees die vissen naar termieten, dit ging al sneller dan bij de makaken. Maar nog duurt het jaren voor een babyaapje dit gedrag ook leert.

<https://www.youtube.com/watch?v=SI9vgrc5yVo>

Filmpje 3: Chimpansees; moeder leer kindje hoe je een noot opent door er met een steen op te slaan. Ook dit duurt jaren voordat een chimpansee dit zelf kan.

<https://www.youtube.com/watch?v=2N34Fcn3J00>

Filmpje 4: Mensen; vader leert kinderen hoe je macadamia noten uit de schil kunt krijgen. Hij legt het uit en ze pikken het direct op en kunnen het ook heel snel zelf.

<https://www.youtube.com/watch?v=KtVr1-DZ2bU>

Uit deze filmpjes kun je opmaken dat mensen veel sneller kunnen leren. Na 1 keer uitleg kunnen we dingen vaak zelf al.

Waarom bestaan normen eigenlijk?

Gedrag dat je leert kan voor anderen ook nuttig zijn en zo je zelf ook weer dingen leren door het gedrag van anderen te volgen.

Cultuur en normen vertegenwoordigen soms generaties van geaccumuleerde kennis; zoals bij de apen die van generatie op generatie gedrag doorgaven. Maar bijvoorbeeld het niet eten van varkensvlees kan hier ook uit voortgekomen zijn. Bijvoorbeeld dat het vroeger iets was waar je ziek van werd en het niet eten hiervan dus de norm werd. Degenen die dit niet aten werden namelijk niet ziek en konden zich voortplanten. Vanuit evolutionair perspectief is daarom de mogelijkheid tot het volgen van normen handig.

Vb.) Papieren vliegtuig (Caldwell & Millen, 2008/9); Groepjes proefpersonen mochten na elkaar een vliegtuigje bouwen en iedere keer voortbouwen op ontwerpen / concepten van de vorige groepen. Zo had de laatste groep / generatie een super goed vliegtuigje gemaakt.

Dus:

1. Normen kunnen ons iets leren, brengen begrip bij; bevatten informatie
2. Mensen erg afhankelijk zijn van een groep. Je wilt dus graag bij de groep horen en uit angst om uitgesloten te worden kun je conformeren aan de groepsnorm. Normen volgen leidt tot aanvaard worden als persoon

Normen en conformiteit hebben vaak een slechte naam, terwijl er dus juist positieve dingen aan zitten.

Normatieve & Informatieve invloed (Deutsch & Gerard, 1955)

Twee redenen waarom individu conformeert aan de groep:

- Informatieve invloed: de wens om een accuraat oordeel te vormen
- Normatieve invloed: de wens om goedkeuring te krijgen en om niet uitgesloten te worden. Dit maakt mensen vatbaar voor sociale druk en door die angst om uitgesloten te worden conformeren ze aan de groepsnorm.

Zelf-categorisatie theorie (Turner, 1991)

Onderscheid tussen informatie en norm is problematisch:

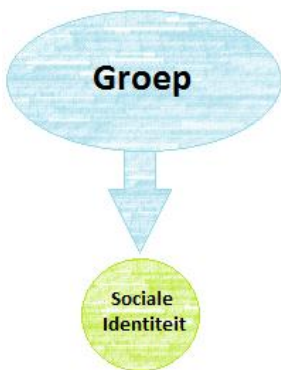
- Sociale normen zijn informatie
- Informatie van ingroup is normatief; je kijkt graag vanuit de groep waar je bij hoort.

Normen worden geïnternaliseerd (aangenomen als waarheid).

Ze zorgen voor blijvende sociale invloed.

Integratie van redenen waarom individuen conformeren; 4 sociale functies van normen:

1. Ze organiseren en coördineren gedrag
2. Ze creëren en onderhouden sociale relaties
3. Ze reguleren het zelfconcept
4. Ze geven begrip



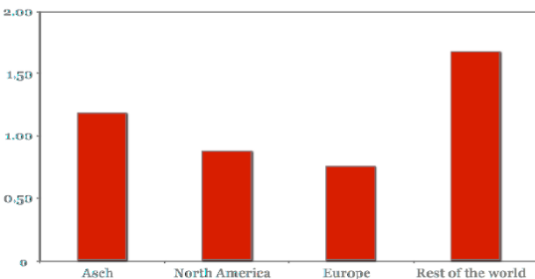
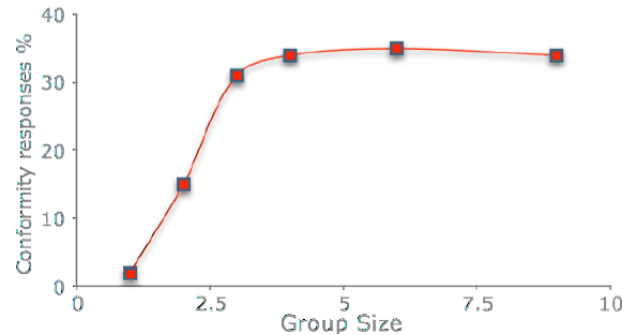
4) Sociale beïnvloedingsprocessen in groepen

Vb.) <https://www.youtube.com/watch?v=BgRoiTWkBHU> → erg grappig, hoe mensen conformeren aan een groepsnorm in een lift.

Asch (1955): onderzoek naar sociale conformiteit: <https://www.youtube.com/watch?v=TYIh4MkcFJA>
 Proefpersonen nemen deel in eenvoudig 'perceptie – onderzoek'. Welke lijn is even lang als de eerste? Hij verwachtte dat als mensen zouden zien dat het verkeerd is, ze niet zouden conformeren. Kijk het filmpje!

Conformiteit aan meningen v.d. groep: 75% volgt soms de groep, 36% volgt altijd de groep. Hoe groter de groep is hoe hoger de conformiteit, maar vanaf 6 pp. maakt het niet meer uit of er meer waren.

Als de proefpersoon het mocht opschrijven bleef er conformiteit bestaan. Hieruit kun je opmaken dat mensen niet alleen conformeren om hetzelfde te zijn als de rest van de groep, maar dat er dus nog iets meespeelt.



Conformiteit in cultuur; Bond en Smith een meta-analyse over 136 experimenten naar conformiteit in verschillende culturen. Hieruit bleek dat de sterkte van de conformiteit verschilt per cultuur. In westerse culturen; Amerika en Europa is er minder conformiteit.

Minderheid en meerderheid

Moscovici (1976):

Individueel conformeert vaak aan "meerderheid", met name in publieke situaties, maar de minderheid kan toch veel invloed hebben, met name op persoonlijke gedachten; privé.

Conversion theory: we reageren cognitief anders op informatie van meerderheid en minderheid

- Meerderheid: vergelijking zelf-groep. Je wilt graag hetzelfde zijn als de meerderheid. "Doe ik het goed?"
- Minderheid: validatie. Nadenken; "is dat waar?", "Waarom vinden zij dat?" en "Waarom zijn zij anders?"

Dus: over de minderheid wordt *systematischer* nagedacht.

Onderzoek: Variant op Asch; proefpersonen krijgen dia's te zien (groen of blauw). Sommige medewerkers riep consequent "groen" als er een blauwe dia werd getoond. Dus; zou de proefpersoon conformeren aan de minderheid? Veel kritiek hierop en weinig replicaties.

Meta analyse van conversion theorie (Wood et al. 1994)

De meerderheid heeft meestal meer invloed op het gedrag. Maar! Soms heeft een minderheid evenveel invloed en soms zelfs meer! Vooral op persoonlijke meningen of meningen die qua inhoud slechts indirect zijn verbonden met mening van minderheid. (p. 252)

Zelf-categorisatie theorie (Turner et al., 1987)

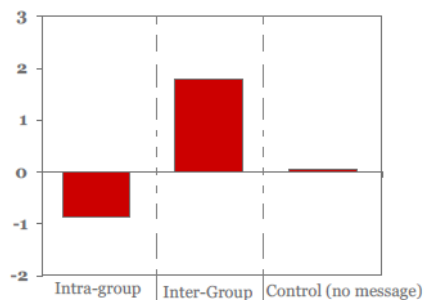
Belangen van inter- en intragroepsverschillen. We "identificeren" ons met de groep: Depersonalitie; denken in termen van "wij" in plaats van "ik".

Hierdoor zijn we bereid om ons te laten beïnvloeden. De leden van de ingroup hebben meer invloed dan de outgroup. Dit komt doordat informatie die we krijgen van ingroupleden ("referent") normatief wordt.

Vb.) David & Turner onderzochten het effect van minderheidsinvloeden

van Moscovici. De proefpersonen zijn zelf licht pro-feministisch. Ze krijgen info over feminisme van andere proefpersonen: licht pro-feministisch (*intra*-group context) of sterk antifeministisch (*inter*-





group context). Vervolgens lezen ze allemaal een pamflet van de organisatie WAM (Women Against Men)--een radicaal feministische beweging. Wie laat zich beïnvloeden? Plaatje hierboven geeft de beginsituatie. En plaatje links geeft de meningsverandering t.a.v. feminisme weer. Hierin kun je zien dat intergroeps context zorgt voor een sterkere tegen reactie van de proefpersoon, die verder doorschiet in het feminisme.

Groespolarisatie:

Vb.) Moscovici & Zavalloni (1969) lieten kleine groepjes studenten over politieke onderwerpen praten. Ze vroegen om hun mening vooraf en achteraf. Er werd hen verteld dat er 2 groepen waren, 1 tegen en 1 voor; in werkelijkheid was dit niet het geval. Hierdoor wordt de groeps mening extremer in de richting die ze al op neigden te gaan.

De groepsnorm wordt dus extremer, dit komt door 3 dingen:

1. Persuasieve argumenten: In polariserende groepen zegt iedereen ongeveer hetzelfde en ondersteunen alle argumenten dezelfde conclusie (informationeel)
2. Social comparison: De leden van polariserende groepen zoeken positieve distinctiviteit binnen de groep door een extreme houding aan te nemen (normatief)
3. Self-categorization: De groep wil, als groep, distinctief zijn van andere groepen, Je wilt benadrukken wat verschillend is.
 - o De "norm" ontstaat door vergelijking met outgroup.
 - o Prototypisch is wat de ingroup van de outgroup onderscheidt (dus mogelijk extremer dan het echte gemiddelde).



5) Sociale druk

Groupthink

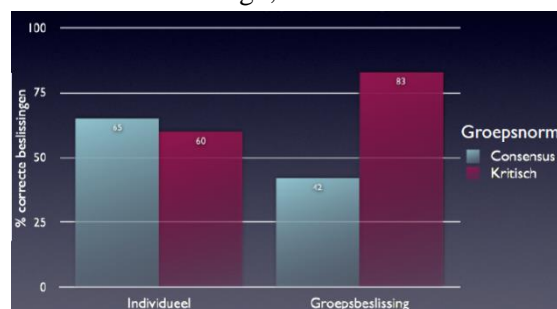
Groupthink is: "een modus in denken die mensen aangaan wanneer ze ergens diep bij betrokken zijn in een cohesieve ingroep, waarbij het verlangen naar unanimiteit van de leden hun motivatie tot realistisch afwegen van andere opties uitschakelt."

Er ligt een sterke nadruk op norm en consensus. De groepsleden hebben weinig aandacht voor alternatieven (normatieve, niet informationele invloed).

Vb.) Bij de VS heeft dit tot een aantal rampzalige beslissingen geleid; de oorlog in Korea (1950), oorlog in Vietnam (1962-1965). Recenter: groupthink oorzaak voor falen inlichtingendiensten in oorlog in Irak.

Maar onderzoek ondersteunt tot nu toe de theorie nog niet; labonderzoek helemaal niet en archiefonderzoek geeft een gemengd beeld. Zelfs al willen we graag dat het wordt bevestigd; als er iets mis gaat kun je dan zeggen; oh het zal wel door die groep / cultuur komen.

Zoeken naar consensus leidt soms tot slechtere beslissingen. Maar hier kun je iets tegen doen: als je de groepsnormen: kritisch en onafhankelijk zijn normatief maakt kun je dit tegengaan. Zoals je in het plaatje rechts ziet gaan groepsbeslissingen met een kritische norm veel beter dan met als norm consensus. Dit komt omdat er een waardering is voor de unieke kennis van de groepsleden welke bijdraagt aan een hogere kwaliteit van beslissingen.



Gehoorzamen aan sociale druk

Onderzoeken van Asch(1955): conformiteit. Maar nog extremer: Milgram(1963), gehoorzamen aan autoriteit.

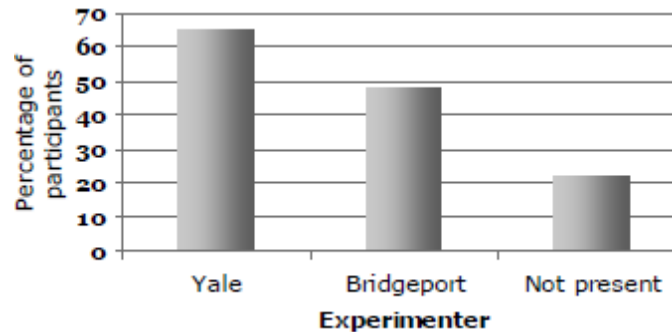
Vb.) WO II; joden vervolging, waarom doen 'normale' mensen dit..?

Milgram zei: "De sociale psychologie van deze eeuw onthult een grote les: vaak is het niet zozeer de soort persoon iemand is, maar de situatie waarin hij zich bevindt die uitmaakt hoe hij zich zal gedragen.

Vb.) Milgram (1963): Proefpersonen kregen de opdracht om zware schokken toe te dienen aan een ander persoon. De instructies om dit te doen en iedere keer het voltage te verhogen komen van de proefleider. Bijna alle proefpersonen door gingen met het geven van schokken tot een dodelijk voltage.

Hierbij spelen een aantal situationele factoren een grote rol:

- Commitment: kleine, graduele verhogingen van de schok
 - ‘Foot in the door techniek’
- Nabijheid van het ‘slachtoffer’: hem hebben ontmoet voor de proef, hem wel / niet kunnen zien bij het toedienen van de schokken. Als deze nabijer is dan daalt de gehoorzaamheid.
- Autoriteit van de proefleider: heeft hij een labjas aan, ziet hij er officieel uit. Als hij er hetzelfde uitziet als de proefpersoon daalt de conformiteit = minder shocks.
- Aanwezigheid van de proefleider: als hij afwezig was dan stopten veel meer proefpersonen met het experiment voordat ze dodelijke schokken moesten geven.



Kelly en Gilbert (psychiater en psycholoog) onderzoeken 22 nazi's, met als doel hun persoonlijkheid in kaart te brengen. Conclusie: behalve bovengemiddelde intelligentie waren en geen systematische afwijkingen. Deze nazi's zijn dus “gewone mensen”!!

Arendt (1963) observeert a.d.h.v. proces van Eichmann: Dat hij geen bijzondere persoonlijkheid heeft. Zijn motieven waren heel gewoon: hij wilde gewaardeerd worden en promotie maken. En hij realiseerde zich niet wat hij precies deed.

Dat het allemaal door de situatie komt is ergens geruststellend. Het is de schuld van “de groep” of “de leider” Maar het blijkt dat groepsleden initiatief nemen en creatief zijn. (Reicher, Haslam & Rath, 2008) Leaders en groepen creëren het morele klimaat (de situatie) waarbinnen ambitieuze individuen woekeren met hun talenten. We zijn aansprakelijk voor het creëren van de situaties.

Dus: ondanks conformiteit en gehoorzaamheid kunnen individuen of groepen iets doen! En ook voor minderheden is een belangrijke rol in een groep.

6) Wat verkooptrucs

Cialdini onderzocht jarenlang verkopers die allerlei trucs uithalen om mensen te verleiden tot het kopen van dingen, en leidde hieruit hun trucs af.

- Foot in the door: steeds een klein beetje meer vragen
- Door in the face: direct iets groots vragen, waar vaak nee op wordt gezegd en dan een kleinere gunst vragen waar vaak aan wordt toegegeven omdat ze net al afwezen.
- Lowballing: Maken een deal en dan ‘even met de manager checken’, dan kan het ineens niet, maar voor ‘slechts’ 5 euro meer kan het wel.
 - Verschil met door in the face: het onderwerp hier hetzelfde, maar de ‘deal’ wordt slechter nadat er akkoord werd gegeven.