

OEFENING: KERNWOORDEN MARKEREN

Doel: op een efficiënte manier een tekst markeren

Duur: 15 minuten

Lees onderstaande tekst door. Breng structuur aan in de tekst door de kernwoorden te markeren.

4

VERKLARINGEN VOOR SOCIAAL GEDRAG

4.1

Informationele sociale invloed: de behoefte aan een leidraad in onduidelijke situaties

In nogal wat sociale situaties voel je je onzeker over wat je moet denken of over hoe je moet reageren. Je hebt soms simpelweg te weinig informatie om een goede of zuivere keuze te maken. In dat geval gebruik je informatie die je vindt bij anderen en speelt de **informationele sociale invloed**. Het is je eigen onzekerheid die ervoor zorgt dat je je conformeert en je de anderen gebruikt als bron van informatie en als leidraad voor je eigen gedrag. Je doet wat anderen doen omdat je denkt dat de manier waarop anderen een onduidelijke situatie interpreteren juist en accurater is dan je eigen manier van denken. De anderen helpen jou een geschikte strategie te bepalen en door ons te conformeren aan anderen krijgen we meer greep op de situatie.

Stel je voor dat je voor het eerst naar een chic diner gaat. Je hebt er totaal geen idee van hoe je een kreeft eet of welk bestek past bij welk gerecht.

Stel dat er sushirolletjes worden geserveerd. Moet je die eerst snijden of in één keer opeten?

Stel dat er dan plots iemand flauw valt in het restaurant.

Stel dat iemand van je tafelgenoten je plots vraagt of je voor of tegen de nieuwe theorie bent van de gelauwerde Nobelprijswinnaars.

Wat doe je dan? Je kijkt voorzichtig om je heen om aan de weet te komen hoe het hoort. Angezien de anderen die informatie wel lijken te hebben, kan je je er veilig bij aansluiten.

De informationele sociale invloed is groter:

- **als de situatie onduidelijk is:** hoe dubieuzer een situatie, hoe rapper je geneigd bent om anderen als informatiebron te gebruiken;
- **als er sprake is van een crisis:** hoe acuter de crisis hoe minder tijd je hebt om stil te staan en na te denken over wat je moet doen en hoe sneller je kijkt naar anderen;
- **als andere mensen deskundigen zijn:** hoe meer expertise of kennis iemand bezit, hoe waardevoller wij denken dat ze zijn en hoe meer wij ons door hen laten leiden;
- **als je zelf onzeker bent:** hoe lager je zelfvertrouwen en hoe minder je jezelf als bekwam ziet, hoe sneller je je ook zal conformeren aan anderen.

Telkens wanneer mensen geconfronteerd worden met een situatie waarin ze niet direct weten hoe zich te gedragen, hebben ze de neiging om vaak op een subtiele manier onder elkaar uit te zoeken wat al dan niet passend is.

Of het nu gaat om de beoordeling van een dure wijn of om de meest recente regeringsverklaring... we blijven vaak zitten met een stuk onzekerheid over hoe we die situatie moeten beoordelen. Op een bepaald moment waagt iemand zich dan aan een commentaar, waarop dan iemand anders inpikt en op basis van wat anderen zeggen sturen we geleidelijk aan onze eigen mening bij en komen zo uiteindelijk tot een gemeenschappelijke kijk op de zaak.

Hetzelfde zien we gebeuren

- *in de manier waarop studenten de moeilijkheidsgraad van een cursus inschatten*
- *in wat men als 'regelmatig' studeren beschouwd in een bepaalde klasgroep.*

Men conformeert zich bovendien heel vaak niet aan de realiteit, maar eerder aan wat men 'denkt' dat de realiteit is.

Dit mechanisme zou ook aan de basis kunnen liggen van de overdreven alcoholconsumptie bij bepaalde groepen studenten. Uit onderzoek blijkt namelijk dat de meeste jongeren een heel vertekend beeld hebben van de hoeveelheid alcohol die hun leeftijdsgenoten gemiddeld tot zich nemen.

Uit een Nederlands onderzoek bleek immers dat 73 % van de jongeren tussen 12 en 25 jaar dacht dat hun leeftijdsgenoten gemiddeld minstens 20 glazen per week dronk, 10% dacht zelfs 37 glazen.

In werkelijkheid bleek dat de wekelijkse consumptie tussen de 8 en de 10 glazen lag.

Normatieve sociale invloed: de behoefte om geaccepteerd te worden

Maar er kan ook een andere reden zijn waarom men zich laat leiden door anderen. Soms conformeren mensen zich aan anderen omdat ze tot een groep te willen behoren en omdat ze aardig gevonden willen worden door en geaccepteerd willen worden in die groep. Mensen passen zich dan aan de sociale normen van de groep aan en volgen een reeks impliciete en soms ook expliciete regels voor acceptabel gedrag om bij de groep te kunnen blijven.

We hebben het over de **normatieve sociale invloed**. Die normatieve sociale invloed is in ons dagdagelijkse leven zowat overal pertinent aanwezig. We worden voortdurend en overal, zonder dat we ons daar bewust van zijn, beïnvloed door de groepen waar we deel van uit maken, omdat we erbij willen horen.

Mode in de kledij en bepaalde rages veroveren in een mum van tijd het hele land en illustreren perfect hoe groot de impact is van een groep op de keuzes die we maken.

Groepen hebben bepaalde verwachtingen over hoe hun leden zich horen te gedragen en leden die tot die groep willen behoren, conformeren zich aan deze regels van die groep.

Wie zich niet conformeert vindt men

- anders,
- abnormaal

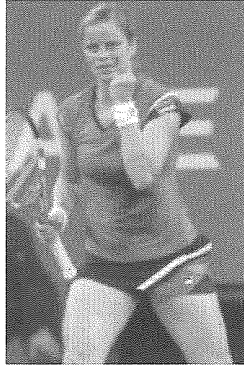
en wordt door de andere groepsleden

- belachelijk gemaakt,
- gestraft,
- en zelfs uit de groep gestoten.

Als je tegen de groep ingaat, zal de groep in eerste instantie proberen om diegene die afwijkt weer in het gareel te krijgen. De groep doet dit bijvoorbeeld door commentaar te geven op de afwijkende keuze of door de ander te proberen te motiveren of overtuigen van de juiste keuze. Lukt het niet om het gedrag bij te sturen, dan distantieert de groep zich van dat afvallige individu. Hij wordt eruit gezet, geïsoleerd of gesanctioneerd.

Mensen zijn immers fundamenteel sociale wezens. Via je sociale contacten krijg je emotionele steun en warmte, affectie en genegenheid. De anderen zijn dus enorm belangrijk voor je gevoel van welbevinden. Vermits deze behoefte zo bijzonder sterk is, conformeer je je omdat je precies niet uit de groep wil vallen. "Ook al oefenen de groepsleden geen manifeste druk uit, je kunt het gevoel krijgen je zelf buiten de groep te plaatsen als je tegen de anderen ingaat, dus buig je voor de impliciete druk die van hen uitgaat en sluit je je aan bij het groepsstandpunt. Het groepsoordeel wordt hier dus als een 'norm' ervaren. Je hoort dit te doen, zo niet hoor je er niet meer bij" (Sociale Psychologie. Lespakket 2: Sociale categorisering en attitudevorming.) en er niet meer bij horen, lijkt zowat het ergste wat ons kan overkomen.

“Dat normatieve beïnvloeding ook schadelijke gevolgen kan hebben blijkt uit de pogingen van vrouwen (en in mindere mate van mannen) om zich te conformeren aan het algemeen aanvaarde ideaal van een aantrekkelijk lichaam. Dat ideaal is niet biologisch vastgelegd, maar cultureel bepaald. In vele culturen worden mollige vrouwen als aantrekkelijk beschouwd, maar in de westerse landen wordt (momenteel) vaak extreme magerheid als het ideaal geportretteerd in modebladen en op TV.



De Barbie-versie van tennisdool Kim Clijsters is een stuk slanker dan de reële figuur. Op die manier leren we kinderen hoe een sportief lichaam er “moet” uitzien. Die Barbiepop legt zo impliciet de norm vast.

Door informatie- en normatieve sociale beïnvloeding gaan vrouwen zich conformeren aan dit soort lichaamsideaal.

Uit onderzoek van Cohn en Adler (1992) blijkt dat zowel mannen als vrouwen de invloed van de in de media gepresenteerde stereotypes (extreem gespierd voor mannen en bijzonder mager voor vrouwen) op de algemene aantrekkelijkheidsperceptie overschatten. De onderzoekers stelden ook vast dat vrouwen vaak vinden dat ze dikker zijn dan in werkelijkheid het geval is.

De frequentie van anorexia nervosa is gestaag toegenomen en deze stijgende trend loopt parallel aan de evolutie van de gemiddelde borst-taille verhouding van modellen in de modebladen *Vogue* en *Ladies' Home Journal* tussen 1901 en 1981.” (Storms, 2016)