

Welkom bij Slim Academy!

Leuk dat je dit jaar Psychologie gaat studeren! Dit is de voorbeeldsamenvatting voor Sociale Psychologie. Deze samenvatting helpt je de stof sneller te snappen, slim te herhalen én die studiepunten binnen te slepen. Gebruik het dus als aanvulling op de verplichte stof, niet als vervanging!

Met onze samenvattingen:

- ✓ Focus je op de kern van de stof die is geschreven door studiehelden die het vak nu volgen in combinatie met ouderejaars die het vak met een hoog cijfer hebben afgerond.
- ✓ Bespaar je kostbare tijd, zodat jij nog wat voor jezelf kunt doen na een lange dag
- ✓ Heb je altijd toegang via de Slim Academy app waar en wanneer je maar wil
- ✓ Heb je altijd oefenvragen en flashcards om te testen hoe goed jij de stof kent

Meteen van start gaan? 🔥

Ga naar app.slimacademy.nl of download de Slim Academy app

Geen gedoe, gewoon gratis proberen. Start vandaag nog met:

- Je eerste samenvatting voor Sociale Psychologie
- Flashcards & oefenvragen om jezelf te testen
- Toegang tot de WhatsApp community
- Altijd en overal studeren: op je laptop, tablet of mobiel

→ En het mooiste? Je hoeft nog niks te kopen. Gewoon even checken of het wat voor je is.

 **Tip:** Gebruik de code **CEDO-ABO** op SlimAcademy.nl en ontvang je **eerste maand gratis** bij een abonnement als je lid bent bij de **Cedo Nulli!**

Vragen? Feedback? Bij ons werken?

Whatsapp ons via 06 81 60 19 60, mail naar klantenservice@slimacademy.nl of join de Whatsappgroep hieronder om je medestudenten om hulp te vragen!

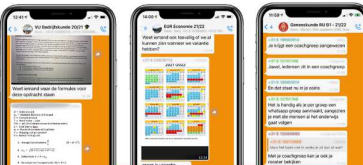
Blijf verder op de hoogte via TikTok of Instagram **@SlimAcademy.nl** of bezoek onze website.

We wensen je veel succes met studeren en bij het halen van jouw tentamens!

Team Slim Academy

JOIN DE WHATSAPP GROEP

- ✓ Chat met jouw mede-studenten
- ✓ Stel al jouw (studie)vragen aan onze studie-experts
- ✓ Krijg extra oefenvragen om jouw kennis te testen
- ✓ Krijg gratis voorbeeldsamenvattingen



Let op: Nadruk en het delen van de samenvatting met derden is uiteraard verboden. De samenvatting is geschreven naar eigen inzicht van de auteur. Gebruik het daarom als aanvulling op de stof, niet als vervanging.

Inhoudsopgave

 Welkom bij Slim Academy!	1
Inhoudsopgave	2
Informatie over het vak	3
Probleem 1. How do you feel today?	5
Probleem 2. Obstacle	12
Probleem 3. I spy.....	20
Nawoord	32

Informatie over het vak

Je staat op het punt de voorbeeldsamenvatting van je eerste vak van de studie Psychologie te lezen. Hierin hebben we de eerste drie problemen opgenomen. De overige problemen vind je in de volledige samenvatting.

Studenten die starten met de studie Psychologie in Rotterdam vinden het vaak uitdagend om de diepgang te bepalen van de stof die je zult moeten leren voor het tentamen. Maar maak je geen zorgen, we hebben deze samenvatting geschreven met als doel je door dit vak heen te helpen. Meerdere topstudenten, die recentelijk dit vak hebben gevolgd, hebben hun expertise gedeeld en aan deze samenvatting gewerkt, om je te helpen met de dingen waar de meeste studenten mee worstelen bij het studeren van Psychologie.

We hebben gewerkt aan de volgende punten om je de beste hulp te bieden:

- Analyseren van oude examens om inzicht te geven in wat er wordt gevraagd;
- Eerstejaars studenten betrokken bij het maken van deze samenvatting, om ervoor te zorgen dat het is geschreven op een manier die het beste is voor jou om mee te studeren;
- Gebruiken van oefen- en voorbeeldoefeningen op examenniveau, zodat je de beste werkwijze krijgt.

Hoe kan je het beste studeren?

Tijdens het studeren voor dit vak, is het aanbevolen dat je ook delen uit het boek bestudeert voor een beter begrip, omdat het extra informatie biedt. Oefenen is ook de sleutel tot een goed cijfer voor dit examen. Om je goed voor te bereiden op het tentamen zou je veel oefenvragen kunnen maken. Zo kun je jezelf testen op je verworven kennis van de afgelopen periode. Op deze manier kun je beter de vragen van het examen beantwoorden. Je vindt een paar van zulke oefeningen in dit boekje.

Wat voor samenvattingen bieden we aan en wanneer kun je ze verwachten?

Voor Psychologie maken wij verschillende typen samenvattingen. Hieronder vind je een overzicht van deze samenvattingen en wanneer je deze kan verwachten deze periode.

Studiehulp	Wat houdt het in?	Wanneer?
Literatuursamenvatting	Deze samenvatting omvat alle verplichte literatuur die wordt behandeld in het vak.	Wekelijks digitale updates en verzending van het papieren boekje in week 6 van het blok.
Collegesamenvatting	Deze samenvatting omvat alle stof die is behandeld tijdens de hoorcolleges.	Wekelijks digitale updates *De collegesamenvattingen zijn enkel digitaal beschikbaar. De collegestof is vaak minder belangrijk voor het tentamen.
SPSS-handleiding	Dit boekje omvat uitgebreide SPSS-stappenplannen om je voor te bereiden op de SPSS-toets.	Wekelijks digitale updates *De SPSS-handleidingen zijn enkel digitaal beschikbaar.
Oefenvragen	De oefenvragen gaan over de verplichte literatuur en hoorcolleges en zijn bedoeld om te oefenen voor het tentamen.	Wekelijks digitale updates *De oefenvragen zijn enkel digitaal beschikbaar.

Probleem 1. How do you feel today?

Introductie

Dit hoofdstuk komt overeen met de studiestof, zoals deze is behandeld in de literatuur:

- Kassin, S.M., & Fein, S., & Markus, H.R. (2021). Social psychology (11th ed.): pagina 62 - 64, pagina 110 - 113 & pagina 396 - 397.
- Hogg, M.A., & Vaughan, G.M. (2022). Social Psychology (9th ed.): pagina 89-91 & pagina 626 - 629.
- Gleitman, H., & Gross, J., & Reisberg, D. (2011). Psychology (8th ed.): pagina 490 - 496.
- Artikel: Dutton & Aron (1974) Some evidence for heightened sexual attraction under conditions of high anxiety.

Arousal en emoties

Voordat de verschillende theorieën over arousal en emoties worden behandeld, gaan we in op wat arousal eigenlijk is. **Arousal** verwijst naar een staat van fysiologische opwindings, die zich kan uiten in bijvoorbeeld een verhoogde hartslag, zweten of trillende handen. Arousal beïnvloedt ook onze emoties, zoals uit experimenten blijkt. Het kan emoties versterken, zowel op een positieve als een negatieve manier. Bijvoorbeeld, iemand kan een aantrekkelijk persoon *nóg* aantrekkelijker vinden, maar ook een onaantrekkelijk persoon als *nóg* minder aantrekkelijk beoordelen. Arousal speelt dus een belangrijke rol in hoe we emoties ervaren en interpreteren.

Sociale vergelijkingstheorie

De **sociale vergelijkingstheorie** stelt dat mensen hun eigen capaciteiten en meningen evalueren door zich te vergelijken met anderen. Dit helpt hen om hun eigen positie en zelfbeeld binnen een sociale context in te schatten. Deze vergelijkingen beïnvloeden onder meer het zelfvertrouwen, de perceptie van eigen competenties en uiteindelijk ook gedrag en houding. Door te bekijken hoe ze zich verhouden tot anderen, kunnen mensen inzicht krijgen in hun eigen vaardigheden en overtuigingen, wat hun gedrag en houding kan beïnvloeden.

De stille taal van non-verbaal gedrag

Non-verbaal gedrag verwijst naar hoe mensen hun gevoelens en houding communiceren zonder woorden te gebruiken. Dit omvat gezichtsuitdrukkingen, lichaamstaal en stemtonen. Deze **non-verbale signalen** geven inzicht in iemands emotionele toestand en gedachten, waardoor anderen hun gevoelens en reacties kunnen begrijpen, zelfs als deze niet expliciet worden geuit. Door deze signalen te interpreteren, kunnen we een dieper begrip krijgen van de ware gevoelens en intenties van anderen.

Culturele overeenkomsten in emotieherkenning

Mensen kunnen emoties accuraat waarnemen en benoemen, zelfs over verschillende culturen heen. **Basisemoties** zoals vreugde, verdriet, woede en angst worden wereldwijd herkend en begrepen. Deze consistentie wijst erop dat deze kernemoties geworteld zijn in biologische processen en niet volledig gevormd worden door culturele normen. Mensen uit diverse culturele achtergronden kunnen deze fundamentele emoties herkennen, wat duidt op een gedeelde menselijke ervaring.

Hoewel culturele contexten invloed kunnen hebben op hoe emoties worden uitgedrukt en beheerst, blijven de onderliggende emotionele ervaringen grotendeels hetzelfde, wat effectieve communicatie en empathie over culturen heen mogelijk maakt. Dit universele aspect benadrukt de gemeenschappelijke emotionele basis die mensen wereldwijd verbindt.

Theorieën over arousal en emoties

Er zijn verschillende theorieën ontwikkeld over de relatie tussen *arousal* en emoties. De theorieën verschillen vooral in how zij de volgorde zien tussen stimulus (een prikkel uit de omgeving), lichamelijke reacties en emotionele ervaring.

De common sense theorie

Volgens de **common sense theorie** veroorzaakt een stimulus een emotie, en deze emotie leidt vervolgens to een lichamelijke verandering (arousal).

- Voorbeeld: iemand ziet een beer (**stimulus**), voelt angst (**emotie**), en begint te trillen (**arousal**).
- Samengevat: *stimulus → emotie → arousal*.

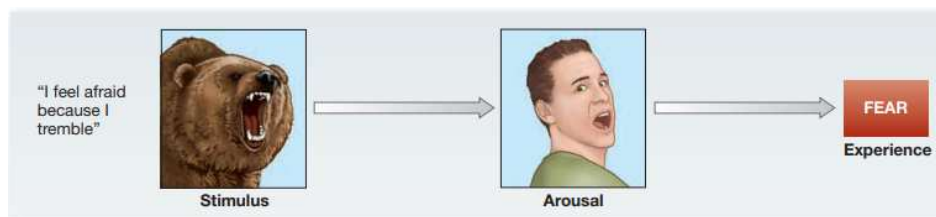


Commonsense theorie. Bron: Gleitman, H., & Gross, J., & Reisberg, D. (2011). *Psychology* (8th ed.)

De James-Lange theorie

De **James-Lange theorie** stelt het tegenovergestelde van de common sense-benadering. Volgens deze theorie veroorzaakt een stimulus eerst een lichamelijke reactie, en wordt op basis van die lichamelijke verandering de emotie gevoeld.

- Voorbeeld: iemand ziet een beer (stimulus), begint te trillen (arousal), en voelt angst omdat hij merkt dan zijn lichaam reageert.
- Samengevat: *stimulus → arousal → interpretatie van arousal → emotie*.

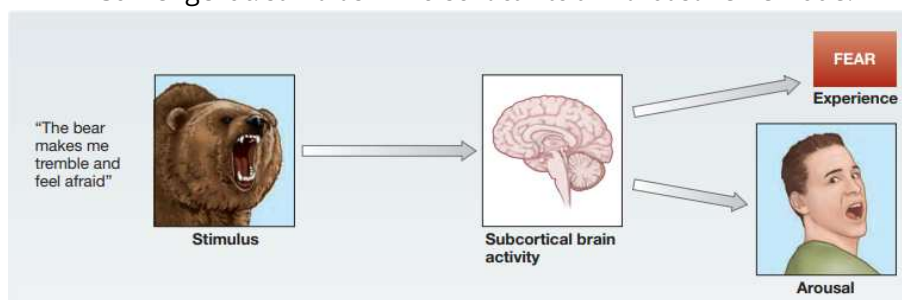


James Lange theorie. Bron: Gleitman, H., & Gross, J., & Reisberg, D. (2011). *Psychology* (8th ed.)

De Cannon-Bard theorie

Cannon en Bard bekritiseerden de James-Lange theorie omdat ze vonden dat deze geen recht deed aan de complexiteit van emoties. Volgens hen kunnen emoties en lichamelijke reacties **tegelijkertijd** optreden, zonder dat het ene het andere veroorzaakt.

- De stimulus activeert de thalamus (een hersengebied), die vervolgens een lichamelijke reactie op gang brengt (zoals trillen of hartkloppingen), en tegelijkertijd de emotionele ervaring veroorzaakt (zoals angst).
- Samengevat: *stimulus → hersenactiviteit → arousal én emotie*.



Cannon-Bard theorie. Bron: Gleitman, H., & Gross, J., & Reisberg, D. (2011). *Psychology* (8th ed.)

Een belangrijk verschil tussen de **James-Lange theorie** en de **Canon-Bard theorie** is dat de James-Lange theorie stelt dat emoties afhankelijk zijn van lichamelijke reacties, terwijl de Cannon-Bard theorie beweert dat arousal en emoties onafhankelijk van elkaar ontstaan.

Een andere kritiek op de James-Lange theorie komt uit een onderzoek waarbij deelnemers een adrenaline-injectie kregen. De deelnemers die wisten dat ze de injectie kregen en de effecten ervan kenden, voelden geen angst of boosheid toen ze hun lichamelijke arousal opmerkten. Ze wisten namelijk waar de arousal vandaan kwam.

De Schachter-Singer theorie

De theorie van Schachter en Singer voegt een extra dimensie toe: naast lichamelijke reacties is er een cognitieve evaluatie nodig om een emotie te voelen. Volgens deze theorie ervaart iemand een lichamelijke reactie (arousal) en moet hij vervolgens de oorzaak van die reactie interpreteren om die bijbehorende emotie te identificeren. Zo kan iemand bijvoorbeeld trillen door zowel angst als blijdschap, maar het is de interpretatie van de situatie (bijvoorbeeld het zien van een gevaarlijke beer) die bepaalt of de emotie angst is.

Simpel gezegd: *stimulus → arousal → cognitieve evaluatie (over de arousal) → emotie*.



Schachter en Singer theorie. Bron: Gleitman, H., & Gross, J., & Reisberg, D. (2011). *Psychology* (8th ed.)

Een nuance op de Schachter-Singer theorie is dat mensen niet altijd de omgeving gebruiken om hun emoties te interpreteren; soms baseren ze hun emoties op interne factoren.

Two-factor theory of emotion van Schachter en Singer

Schachter en Singer ontwikkelden de **two-factor theory of emotion**, die stelt dat twee factoren nodig zijn om een emotie te ervaren. Deze theorie houdt in dat er twee factoren zijn die noodzakelijk zijn voor een emotie. Ten eerste moet de persoon **fysiologische arousal** ervaren, zoals een verhoogde hartslag of adrenaline. Ten tweede moet de persoon **cognitief interpreteren** wat de oorzaak is van die arousal. Met andere woorden, de persoon koppelt de lichamelijke symptomen (zoals een verhoogde hartslag) aan een gebeurtenis die volgens hen deze symptomen veroorzaakt. Een gebeurtenis veroorzaakt dus arousal, en de manier waarop de persoon dit interpreteert, leidt tot een specifieke emotie.

Een probleem hierbij is dat dit kan leiden tot **misattributie**, waarbij de persoon de oorzaak van de emotie verkeerd interpreteert. Schachter en Singer toonden dit aan met een experiment waarin ze mensen injecteerden met adrenaline, wat arousal veroorzaakte. Een deel van de groep wist dat de injectie de oorzaak was van hun opwindings, terwijl een ander deel dit niet wist. Uit het experiment bleek dat de mensen die de oorzaak van hun arousal niet wisten, meer beïnvloed werden door het gedrag van anderen. Als anderen zich vrolijk gedroegen, voelden deze proefpersonen zich ook vrolijk. Schachter en Singer verklaarden dit als volgt: *wanneer mensen zich onzeker voelen over hun emotionele staat, interpreteren ze soms hoe ze zich voelen door naar anderen te kijken*.

Marshall en Zimbardo leverden kritiek op de Two-Factor Theory. In hun gerepliceerde onderzoeken bleek dat euforie op zichzelf weinig invloed had op de deelnemers. Mensen die adrenaline hadden gekregen, voelden zich niet gevoeliger dan deelnemers die een placebo hadden gekregen. Ook bleek uit ander onderzoek dat onverklaarbare fysieke opwindings eerder leidt tot negatieve emoties, en dat er andere mensen aanwezig moeten zijn voor cognitieve interpretatie voordat de fysieke opwindings optreedt.

Ondanks de kritiek blijft de Two-Factor Theory relevant, omdat het aantoont dat fysieke reacties invloed hebben op hoe emoties worden ervaren.

Een ander voorbeeld van misattributie werd aangetoond in het **Capilano bridge experiment** van Dutton en Aron (1974). In dit experiment moesten mannelijke deelnemers over een hoge, gevaarlijke brug (de Capilano-brug) of over een lage, veilige brug lopen. Daarna kregen ze het telefoonnummer van een vrouw die de test afnam. De resultaten toonden aan dat de mannen die over de gevaarlijke brug liepen de vrouw vaker belden dan de mannen die over de veilige brug liepen. Dit komt doordat de arousal door de gevaarlijke brug verkeerd werd toegeschreven aan de vrouw, wat ervoor zorgde dat de mannen zich meer tot haar aangetrokken voelden.

Excitation-transfer model

Zillmann introduceerde het **excitation-transfer model**, dat stelt dat emoties zoals agressie voortkomen uit drie factoren:

- Aangeleerd agressief gedrag;
- Arousal van een andere bron;
- De interpretatie van die arousal, zodat een agressieve reactie passend lijkt.

Het model laat zien dat arousal uit één situatie kan worden overgedragen naar een nieuwe situatie, wat in die tweede situatie tot een agressieve reactie kan leiden.

Een voorbeeld hiervan is iemand die na een sportsessie nog steeds arousal ervaart en daardoor sneller agressief reageert in het verkeer. Deze overgedragen arousal versterkt de emotionele reactie in de nieuwe situatie, vooral als de oorspronkelijke bron van opwindend nog aanwezig is.

Verschil tussen misattributie en excitation transfer

Het is belangrijk om een onderscheid te maken tussen **misattributie** (van Schachter en Singer) en **excitation transfer** (van Zillmann). Het belangrijkste verschil is de timing van de arousal.

Bij *misattributie* vindt de arousal door de eerste stimulus plaats tegelijkertijd met de tweede stimulus, en wordt de arousal ten onrechte toegewezen aan die tweede stimulus. Een voorbeeld hiervan is het Capilano-brugexperiment, waar de mannen zowel de spanning van de brug ervaarden als de vrouw zagen. De opwindend van de brug werd daardoor onterecht gekoppeld aan de vrouw, waardoor ze zich meer tot haar aangetrokken voelden.

Bij *excitation transfer* wordt de resterende arousal van een eerste stimulus op een later moment toegeschreven aan een tweede stimulus, of zorgt het op een later tijdstip voor een reactie in een nieuwe situatie. Een voorbeeld hiervan is het achtbaanexperiment, waar de deelnemers ná de achtbaanrit de personen op foto's aantrekkelijker vonden. De opwindend door de achtbaan bleef hangen en werd daarna onbewust toegewezen aan de mensen op de foto's.

Artikel: Dutton & Aron (1974)

De hypothese van dit onderzoek was een aantrekkelijke vrouw als aantrekkelijker wordt ervaren door mannen die een sterke emotie, zoals angst, voelen wanneer ze haar tegenkomen, dan door mannen die geen sterke emotie voelen op dat moment. Experiment 1 werd uitgevoerd in natuurlijke omgeving, terwijl experimenten 2 en 3 zowel veld- als lab-experimenten waren.

Experiment 1

Hoe is het onderzoek uitgevoerd?

Dit experiment vond plaats op twee bruggen over de Capilano rivier in Vancouver. De *experimentele brug* was de Capilano Canyon Suspension Bridge, die angst opwekt door te wiebelen, kantelen en een lage reling te hebben. De *controlebrug* was een stevige houten brug met hogere relingen en minder gevaarlijke kenmerken. Deelnemers waren mannen tussen de 18 en 35 jaar oud, die niet in het gezelschap van een vrouw waren. In totaal namen 85 mannen deel.

De deelnemers werden bij het oversteken van de bruggen benaderd door een vrouwelijke interviewer die hen vroeg een vragenlijst in te vullen en een kort verhaal te schrijven over een vrouw. De verhalen werden later beoordeeld op seksuele inhoud, met een score van 1 (geen seksuele inhoud) tot 5 (veel seksuele inhoud). Na het invullen van de vragenlijst kregen de mannen het telefoonnummer van de interviewer aangeboden en bood de interviewer aan om het experiment in detail uit te leggen wanneer ze er de tijd voor had. De deelnemers op de *experimentele brug* kregen de naam Gloria te horen en de deelnemers op de *controlebrug* kregen de naam Donna te horen; zodat de deelnemers makkelijk geassocieerd konden worden wanneer zij belden. Hetzelfde experiment werd uitgevoerd met een mannelijke interviewer.

Wat zijn de resultaten?

In het geval van de vrouwelijke interviewer

Er waren uiteindelijk 20 geldige vragenlijsten voor de experimentele brug en 18 voor de controlebrug. De deelnemers op de experimentele brug hadden een gemiddelde seksuele beeldscore van 2,47, vergeleken met 1,41 op de controlebrug. Dit bevestigt de hypothese. Een tweede maatstaf voor seksuele aantrekkingskracht was het aantal deelnemers dat het telefoonnummer van de interviewer belde. Van de 23 mannen die het nummer accepteerden op de experimentele brug, belden er 9 terug. In de controlegroep accepteerden 16 van de 22 mannen het nummer, maar slechts 2 namen contact op. Deze resultaten, zowel het aantal bellers als de scores voor seksuele beelden, suggereren dat de mannen op de experimentele brug zich sterker aangetrokken voelden tot de vrouwelijke interviewer.

In het geval van de mannelijke interviewer

Voor de mannelijke interviewer waren er ook 20 geldige vragenlijsten voor zowel de experimentele als de controlebrug. De seksuele beeldscores lagen hier echter lager: gemiddeld 0,80 voor de experimentele groep en 0,61 voor de controlegroep. Het patroon van aantrekkingskracht dat bij de vrouwelijke interviewer werd waargenomen, werd niet herhaald bij de mannelijke interviewer. In de experimentele groep accepteerden 7 van de 23 mannen het nummer van de mannelijke interviewer, terwijl dit er 6 van de 22 waren in de controlegroep. Slechts 2 mannen uit de experimentele groep belden de mannelijke interviewer terug, en 1 uit de controlegroep.

Kritiek

Er zijn een paar kritiekpunten op experiment 1. Ten eerste is het mogelijk dat sommige deelnemers **toeristen** waren, gezien de locatie een toeristische trekpleister is. Deze deelnemers zouden minder geneigd kunnen zijn om de vrouwelijke interviewer terug te bellen, simpelweg omdat ze haar waarschijnlijk niet meer zouden tegenkomen. Daarnaast zou een **gebrek aan seks** ook een rol kunnen hebben gespeeld in de hogere scores die opgeleverd zijn in de aanwezigheid van de aantrekkelijke vrouwelijke interviewer. Tot slot kunnen er verschillen zijn in de **persoonlijkheidskenmerken** van de deelnemers op de controlebrug en die op een experimentele brug. Mensen die van gevaar en avontuur houden, zouden bijvoorbeeld eerder geneigd zijn om de angstwekkende brug over te steken, wat de resultaten mogelijk beïnvloedt.

Experiment 2

Hoe is het onderzoek uitgevoerd?

34 mannen, die aan dezelfde criteria voldeden als in experiment 1, werden 10 minuten na het oversteken van de Suspension Bridge benaderd. Dit was om te controleren of de arousal / angst direct na het oversteken invloed had op de resultaten van het experiment. In dit experiment was er geen mannelijke interviewer. Verder waren alle details in dit experiment identiek aan experiment 1.

Wat waren de resultaten?

In de experimentele groep belde 13 van de 20 mensen die het nummer van de vrouw hadden geaccepteerd haar op. In de controlegroep was dit aantal 7 van de 23. Dus het resultaat in gedrag in experiment 1 werd weer bevestigd.

Kritiek

Ook al gedroeg de vrouw zich niet anders in de controle en in de experimentele condities, kan het wel zo zijn dat zij *anders overkwam* in deze condities. Als het feit dat zij anders overkwam in een bepaalde conditie leidde tot verschillen in seksuele aantrekkingskracht, dan kan de schijnbare link tussen emotie en seksuele opwindings kunstmatig blijken te zijn.

Experiment 3

Hoe is het onderzoek uitgevoerd?

In dit experiment namen 80 mannelijke eerstejaars studenten deel. De vrouwelijke confederate voerde haar acties zorgvuldig uit om consistent over te komen in alle condities.

Deelnemers betraden een experimentele kamer waarin veel elektrische apparaten stonden. De experimenter verwelkomde de deelnemer en vroeg aan hem of deze nog iemand was tegengekomen die ook op zoek was naar de experimentele kamer. De experimenter ging op zoek naar de andere deelnemer en liet wat kopieën achter van studies waarin de effecten van het toedienen van elektrische schokken onderzocht werden.

Toen de experimenter met de aantrekkelijke vrouwelijke confederate terugkwam, deed zij haar jas uit en ging op een stoel zitten. De experimenter legde het experiment uit en vertelde dat deelnemers willekeurig een pijnlijke of milde schok zouden krijgen, afhankelijk van een coin flip. Hij legde uit hoe de schokken toegediend zouden worden en vroeg de deelnemers om een vragenlijst over hun huidige gevoelens in te vullen terwijl hij de materialen voorbereidde. De confederate stond op, liep voor de deelnemer naar haar jas, zocht naar een potlood en ging weer zitten op haar stoel. De experimenter begeleidde de deelnemer en de confederate vervolgens naar de hokjes waar ze hun vragenlijsten in konden vullen.

Wat waren de resultaten?

- Deelnemers die een sterke schok verwachtten, voelden zich banger dan diegenen die een milde schok verwachtten.
- Als de vrouwelijke confederate aanwezig was, gaven deelnemers aan dat ze minder angstig waren dan als er een mannelijke deelnemer aanwezig zou zijn.
- Er waren geen belangrijke verschillen in angst van de deelnemers wanneer de confederate een sterke vs. een lichte schok zou krijgen.
- De verwachtingen over de schoksterkte aan de vrouwelijke confederate veroorzaakte geen significante stijging in aantrekkingskracht, dus het 'vrouw-in-nood'-effect werd niet waargenomen.
- Seksuele beeldspraak was echter hoger wanneer deelnemers zowel een sterke schok verwachtten als de confederate een sterke schok zou krijgen.

Wat betekenen de resultaten?

De resultaten uit experiment 3 ondersteunen de gedachte dat sterke emoties de aantrekkingskracht tot de vrouwelijke confederate vergroten. Ze bevestigen ook dat arousal (seksuele) emoties versterkt.

Slim Samengevat!

- **Arousal** verwijst naar een staat van fysiologische opwinding, zoals een verhoogde hartslag, snelle ademhaling of trillende handen. Deze lichamelijke veranderingen kunnen invloed hebben op emoties, en verschillende theorieën proberen de relatie tussen arousal en emoties te verklaren.
 - De **common sense-theorie** stelt dat een stimulus eerst een emotie oproept, die vervolgens leidt tot fysieke veranderingen (stimulus → emotie → arousal).
 - De **James-Lange-theorie** stelt dat we ons eerst bewust moeten zijn van fysieke veranderingen voordat we emoties ervaren (stimulus → arousal → emotie).
 - De **Cannon-Bard-theorie** bekritiseert de James-Lange-theorie en beweert dat fysieke veranderingen en emoties tegelijkertijd ontstaan, onafhankelijk van elkaar (stimulus → hersenactiviteit → arousal en emotie).
 - De **Schachter-Singer theorie (Two-Factor Theory of Emotion)** stelt dat emoties niet alleen afhankelijk zijn van fysieke reacties, maar ook van de interpretatie van deze reacties. Cognitieve evaluatie speelt hierbij een rol (stimulus → arousal → cognitieve evaluatie → emotie).
- **Misattributie** is het onjuist interpreteren van de oorzaak van een emotie.
- Het **capilano bridge experiment** was een onderzoek waarbij proefpersonen die een wiebelige hangbrug overstaken, meer geneigd waren om een vrouw aantrekkelijk te vinden en contact met haar op te nemen, vanwege de verhoogde fysiologische arousal en interpretatie van de angst als aantrekkingskracht.
- **Excitation transfer** is een fenomeen waarbij de opwinding van een eerdere gebeurtenis overgaat naar een nieuwe gebeurtenis en je reactie daarop beïnvloedt.

Probleem 2. Obstacle

Introductie

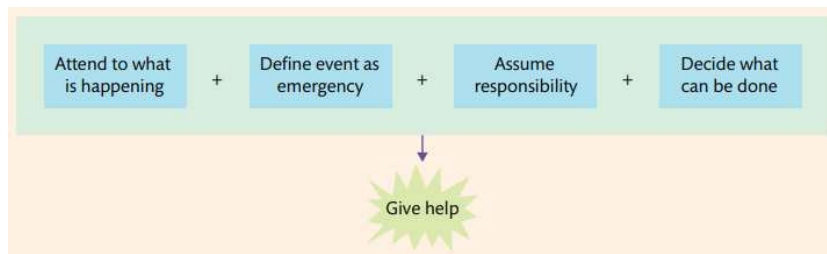
Dit hoofdstuk komt overeen met de studiestof zoals deze is behandeld in de verplichte literatuur. De verplichte literatuur voor deze werkgroep bestaat uit: Kassin, Fein & Markus p.430-446 & 450-455; Hogg & Vaughan p.526-553; en het artikel van Liebst & Philpot (2019): Social relations and presence of others predict bystander intervention: Evidence from violent incidents captured on CCTV.

Hulpgedrag

Volgens Darley en Latané doorloopt een persoon vijf stappen bij het bieden van hulp in een situatie die daarom vraagt (of juist bij het niet bieden van hulp):

1. Opmerken dat er iets aan de hand is;
2. Doorhebben dat het gaat om een noodgeval;
3. Verantwoordelijkheid nemen om te helpen;
4. Beslissen hoe te helpen;
5. Daadwerkelijk helpen (of niet).

Bij elke stap kan ons hulpgedrag worden gehinderd door bepaalde obstakels.



Stappen om te bepalen om te helpen of niet. Bron: Hogg & Vaughan, 8th Edition

Opmerken dat er iets aan de hand is

In de eerste stap kunnen afleiding, **self-concerns** (eigen zorgen), en **stimulus overload** (overstimulatie) ervoor zorgen dat we niet opmerken dat er iets gebeurt. In drukke omgevingen, zoals een grote stad, worden we overspoeld met prikkels, wat kan leiden tot overstimulatie. Deze overstimulatie maakt het vervolgens moeilijker om belangrijke gebeurtenissen te herkennen of te interpreteren.

Doorhebben dat het gaat om een noodgeval

In de tweede stap kunnen **ambigüiteit** (de situatie kan op meerdere manieren worden geïnterpreteerd) of **pluralistic ignorance** ervoor zorgen dat we niet doorhebben dat het om een noodgeval gaat. *Pluralistic ignorance* is een misverstand wanneer mensen van een groep zich niet realiseren dat anderen dezelfde perceptie hebben als zij. Met als resultaat dat mensen het gedrag gaan kopiëren van anderen, omdat ze denken dat anderen wél zullen weten hoe de situatie in elkaar zit. Hierdoor grijpt vaak niemand in bij een noodgeval. Stel, er is een noodgeval en je ziet dat de burens niet reageren op de situatie, kopieer je dit gedrag omdat je denkt dat je burens het goed hebben ingeschat en jij de verkeerde inschatting hebt gemaakt. Terwijl de burens waarschijnlijk ook naar jou kijken voor hulp (en de gedachten dus hetzelfde zijn). Hierdoor grijpen zowel de burens als jij niet in.

Verantwoordelijkheid nemen om te helpen

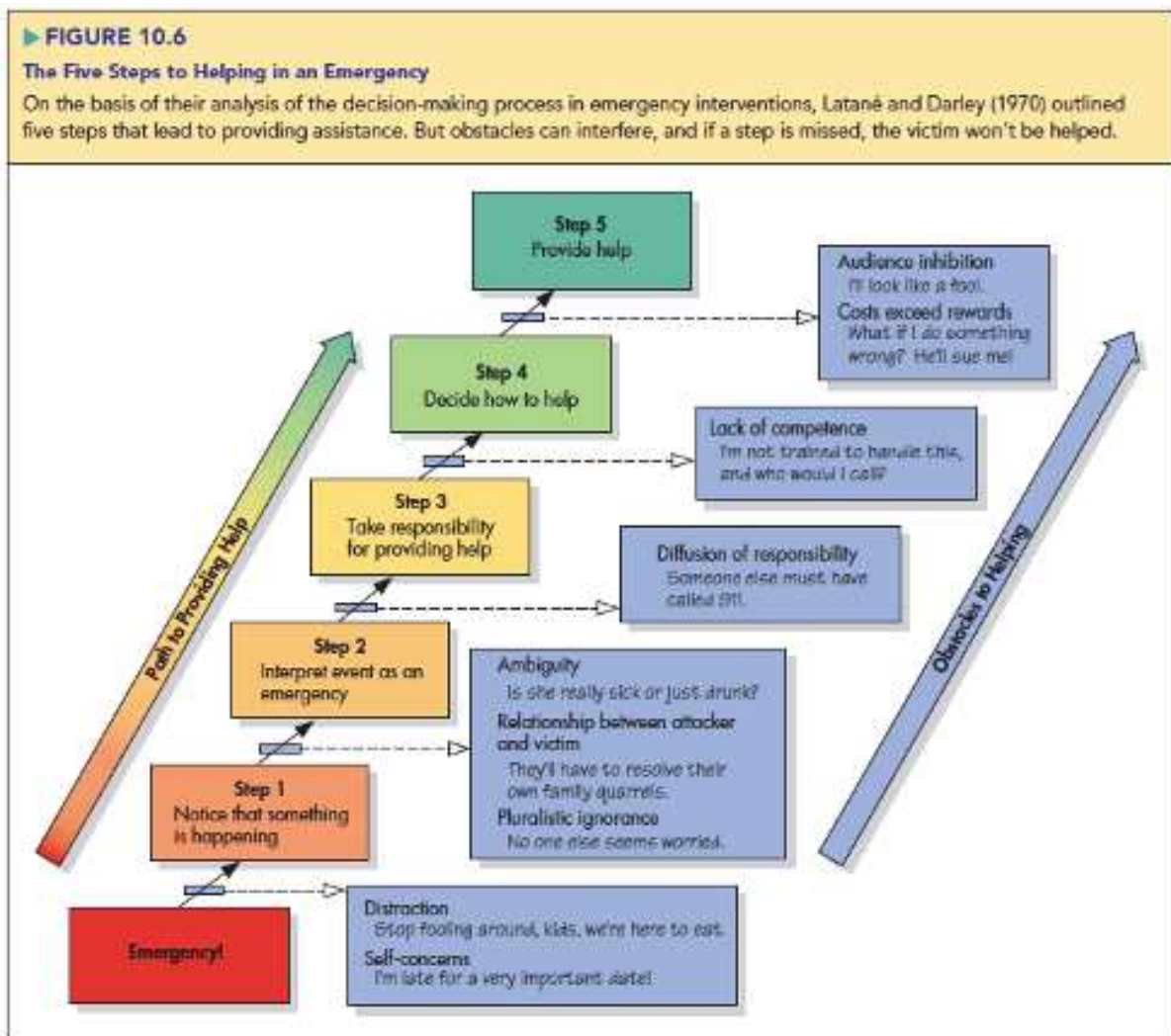
Het obstakel bij de derde stap is **diffusion of responsibility**. Dit houdt in dat mensen het idee hebben dat anderen verantwoordelijkheid zullen (of moeten) nemen door hulp te bieden. Hoe meer mensen er aanwezig zijn, hoe kleiner de eigen verantwoordelijkheid voelt.

Beslissen hoe te helpen

Bij de vierde stap kan een gebrek aan competentie of het gevoel niet bekwaam genoeg te zijn, een obstakel vormen. Als iemand denkt dat hij niet in staat is om effectief te helpen, zal hij waarschijnlijk geen actie ondernemen. Zo zal een fysiek sterke man eerder ingrijpen bij een gewelddadige ruzie dan een jonge, onzekere vrouw, omdat hij meer vertrouwen heeft in zijn eigen vermogen om de situatie te beheersen.

Daadwerkelijk helpen (of niet)

In de laatste stap spelen angst voor de gevolgen en **audience inhibition** een rol. Angst voor de gevolgen kan betekenen dat iemand bang is zichzelf in gevaar te brengen door te helpen. *Audience inhibition* houdt in dat mensen bang zijn om een slechte indruk te maken op anderen, bijvoorbeeld omdat ze vrezen zichzelf belachelijk te maken. Deze obstakels kunnen ervoor zorgen dat we in elke stap worden tegengehouden en uiteindelijk geen hulp bieden.



De vijf stappen voor het helpen bij een noodgeval volgens het model van Latané en Darley. Bron: *Social psychology, 8th Edition, Hogg & Vaughan*.

Wat beïnvloedt hulpgedrag?

Er zijn verschillende factoren die invloed hebben op iemands bereidheid om anderen te helpen. Deze factoren kunnen variëren van persoonlijke kenmerken tot culturele invloeden en omgevingsomstandigheden:

- **Mood:** Een positieve stemming kan het helpen bevorderen, omdat mensen dan meer geneigd zijn om anderen bij te staan. Tegelijkertijd suggereert het *negative state relief model* dat mensen in een negatieve stemming, zoals schuldgevoelens, ook kunnen proberen hun gevoelens te verlichten door anderen te helpen en zo hun zelfbeeld te verbeteren.
- **Aantrekkelijkheid:** Mensen zijn eerder geneigd om te helpen als zij het slachtoffer fysiek of persoonlijk aantrekkelijk vinden. Dit komt voort uit de menselijke neiging om te willen verbinden met mensen die we als aantrekkelijk of sympathiek beschouwen. Onderzoek laat zien dat vooral mannen vaker geneigd zijn om aantrekkelijke vrouwen te helpen, hoewel dit niet altijd een romantische motivatie heeft.
- **Identificatie met het slachtoffer:** Mensen helpen sneller anderen waarmee zij zich kunnen identificeren, bijvoorbeeld wanneer het slachtoffer dezelfde sociale, culturele of economische achtergrond deelt. Dit gevoel van verbondenheid vergroot de empathie en de kans op ingrijpen.
- **Just-World Hypothese:** Sommige mensen geloven in een rechtvaardige wereld, waarin individuen hun lot verdienen. Dit kan ertoe leiden dat toeschouwers eerder geneigd zijn te helpen als zij denken dat de situatie van het slachtoffer uitzonderlijk is of tijdelijk, in plaats van een weerspiegeling van bredere maatschappelijke problemen.
- **Culturele achtergrond:** Mensen uit welvarende landen met een snel levensritme zijn vaak minder geneigd om hulp te bieden. Dit kan komen door een sterkere focus op persoonlijke prestaties en een verminderde gemeenschapszin. In collectivistische culturen ligt de nadruk op het helpen van mensen binnen de eigen kring, terwijl individualistische culturen hulp aan vreemden en liefdadigheidswerk meer aanmoedigen.
- **Demografie:** In stedelijke omgevingen is de kans op hulp vaak kleiner. De anonimiteit en het snelle tempo van het stadsleven verminderen persoonlijke connecties en daarmee ook de neiging om te helpen. In landelijke gebieden, waar sociale banden vaak sterker zijn, wordt vaker hulp geboden.
- **Geslacht:** Mannen zijn vaker bereid om fysiek in te grijpen in gevaarlijke situaties, terwijl er bij indirecte hulp, zoals het rapporteren van een probleem, weinig verschil is tussen mannen en vrouwen.
- **Competentie en beroep:** Mensen die zichzelf als bekwaam beschouwen, zoals artsen, verpleegkundigen, brandweerlieden of EHBO'ers, zijn eerder geneigd om hulp te bieden in noodsituaties. Ook mensen in leidinggevende posities voelen vaak een grotere verantwoordelijkheid om in te grijpen.
- **Tijdsdruk:** Mensen die haast hebben of met dringende verplichtingen te maken hebben, zijn minder snel geneigd om hulp te bieden.
- **Grootte van de groep:** In grotere groepen voelen individuen minder persoonlijke verantwoordelijkheid om te helpen, wat leidt tot inactiviteit. Dit fenomeen staat bekend als de diffusie van verantwoordelijkheid.
- **Type situatie:** Het *bystander effect* neemt af in situaties die weinig risico's lijken te hebben, of wanneer emoties niet hoog oplopen. Onderzoek toont aan dat het benoemen van iemand bij naam de kans op hulp aanzienlijk vergroot.
- **Context van de hulprelatie:** In omgevingen zoals zelfhulpgroepen, waar een gevoel van gemeenschap heerst, zijn mensen vaker bereid om elkaar te helpen.
- **Biologische en evolutionaire factoren:** Vanuit evolutionair perspectief kunnen mensen geneigd zijn om degenen te helpen die genetisch op hen lijken. Empathie komt vaak voort uit een combinatie van emotionele opwinding en begrip voor de gevoelens van anderen.
- **Egoïsme vs. Altruïsme:** Altruïstisch gedrag is een specifieke vorm van hulpgedrag waarbij men anderen helpt zonder eigenbelang of verwachting van persoonlijk gewin. Dit gedrag kan kosten met zich meebrengen, maar weerspiegelt een oprechte zorg voor anderen.

- **Invloed van peers:** Mannen tonen vaker hulpgedrag wanneer ze omringd zijn door andere mannen, vooral in situaties die fysieke hulp vereisen.
- **Scrooge Effect:** Naarmate mensen het einde van hun leven naderen of wanneer ze geconfronteerd worden met hun eigen sterfelijkheid, zijn ze meer geneigd om prosociaal gedrag te vertonen en anderen te helpen.

Het bystander effect

Na de moord op Kitty Genovese, die later in meer detail wordt besproken, ontwikkelden Darley en Latané het concept van het **bystander effect**. Dit houdt in dat mensen minder geneigd zijn om hulp te bieden als er anderen aanwezig zijn. Hoe groter de groep toeschouwers, hoe kleiner de kans dat iemand daadwerkelijk ingrijpt.

Volgens Darley en Latané zijn er verschillende oorzaken voor het *bystander effect*:

- **Audience inhibition:** Mensen kunnen aarzelen om te helpen uit angst voor negatieve reacties van anderen in de omgeving;
- **Normatieve invloed:** We zijn sociaal geconditioneerd om ons niet te bemoeien met de zaken van anderen, wat ons kan tegenhouden om snel in te grijpen;
- **Sociale invloed:** Mensen kijken vaak eerst naar de reacties van anderen om de ernst van de situatie in te schatten. Dit kan leiden tot *pluralistic ignorance*, waarbij iedereen ervan uitgaat dat er geen hulp nodig is omdat niemand anders iets doet;
- **Diffusion of responsibility:** Hoe meer mensen aanwezig zijn, hoe meer de verantwoordelijkheid om te helpen wordt verdeeld, waardoor individuen minder geneigd zijn om actie te ondernemen. Dit gebeurt niet wanneer er slechts één omstander is en vermindert als omstanders het slachtoffer of elkaar kennen.

Factoren die invloed hebben op het bystander effect

Verschillende factoren kunnen bepalen of het *bystander effect* wel of niet ontstaat:

- **Het gevaar van de situatie:** In gevaarlijke situaties is het bystander effect minder aanwezig, omdat deze situaties gemakkelijker worden geïnterpreteerd als een noodgeval. Daarnaast biedt de aanwezigheid van anderen fysieke steun, wat essentieel kan zijn in gevaarlijke omstandigheden. Sommige situaties kunnen zelfs alleen worden opgelost door samen te werken.
- **Ambigüiteit van de situatie:** Hoe onduidelijker de situatie, hoe sterker het bystander effect. Als het niet meteen duidelijk is dat het een noodgeval betreft, zullen mensen minder snel ingrijpen.
- **Gevolgen van helpen:** Als het verlenen van hulp meer risico's of nadelige gevolgen met zich meebrengt (bijvoorbeeld bij gevaarlijke situaties), neemt het bystander effect toe.
- **Omgeving:** Het bystander effect neemt af als de persoon bekend is met de omgeving.
- **Gelijkenis met het slachtoffer:** Mensen zijn meer geneigd om te helpen wanneer ze zich kunnen identificeren met het slachtoffer op basis van gemeenschappelijke kenmerken zoals sociale, culturele of economische achtergrond.
- **Relatie met het slachtoffer:** Het bystander effect neemt af wanneer de toeschouwer het slachtoffer kent.
- **Relatie met andere toeschouwers:** Als de omstanders elkaar kennen, vermindert het bystander effect.
- **Culturele verschillen:** Culturele achtergrond kan een rol spelen in het bystander effect. In collectivistische culturen, waar de nadruk ligt op zorg voor de eigen gemeenschap, zijn mensen vaak minder geneigd om vreemden te helpen. In individualistische culturen is er juist meer neiging om onbekenden te helpen.
- **Diffusie van verantwoordelijkheid:** Het bystander effect neemt toe wanneer er meer mensen aanwezig zijn om de verantwoordelijkheid op af te schuiven.
- **Directe aanspreking:** Wanneer een slachtoffer specifiek iemand aanspreekt of aanwijst om hulp te bieden, neemt het bystander effect af.
- **Groepsgrootte:** Hoe groter de groep, hoe sterker het bystander effect, omdat er meer mensen zijn om de verantwoordelijkheid op af te schuiven.

Bijzonder is dat ook *priming* een rol speelt: het *bystander effect* kan toenemen wanneer iemand alleen maar denkt dat er anderen aanwezig zijn, zelfs als dat niet zo is. Daarnaast zijn persoonlijke eigenschappen van invloed op het ontstaan van het *bystander effect*. Mensen die relatief nederig en 'overeenkomstig' (*agreeable*) zijn, tonen meer hulpgedrag, evenals mensen met empathie, altruïsme (onbaatzuchtigheid), of een sterke culturele achtergrond. Ook iemands status of gevoel van competentie is belangrijk: hoe hoger de status of zelfvertrouwen, hoe groter de kans dat iemand helpt. Ten slotte speelt de stemming een rol; mensen zijn bijvoorbeeld sneller geneigd om te helpen als ze in een goede bui zijn of als ze zich schuldig voelen.

Het bystander-calculus model

Het **bystander-calculus model** van Piliavin legt uit hoe we de keuze maken om wel of niet te helpen. Wanneer we iemand in nood zien, krijgen we onprettige *arousal*, en we willen iets doen om dit te reduceren. Mensen wegen dan de kosten van helpen af tegen de kosten van niet helpen, en kijken naar de mogelijke beloningen. Het model bestaat uit drie fases:

1. **Fysiologische arousal:** Hoe groter de noodzaak van het slachtoffer, hoe sterker het fysieke *arousal*. Dit verhoogt de kans dat de toeschouwer helpt. Dit idee gaat in tegen de bevindingen van Liebst en Philpot (2019), die later worden besproken;
2. **Labelen van het arousal:** De *arousal* op zich leidt niet tot een specifieke emotie, maar de cognitie en gedachten van mensen spelen een belangrijke rol bij het bepalen van de aard van de emoties die ze voelen. Toeschouwers kunnen bijvoorbeeld empathie ervaren, wanneer ze zich identificeren met het slachtoffer. Echter, wanneer de toeschouwer een vorm van *personal suffering* ervaart, zal hij eerder uit de situatie willen vluchten dan willen helpen;
3. **Evalueren van de consequenties:** Voordat ze ingrijpen, beoordelen toeschouwers de mogelijke gevolgen van hulp bieden. Ze kiezen voor de actie die hun *arousal* zal verminderen met de minste kosten. De belangrijkste nadelen bij deze overweging zijn tijd en moeite. Hoe groter deze nadelen, hoe kleiner de kans is dat de persoon helpt.

Dit model is vergelijkbaar met het **arousal cost-reward model**.

Experimenten naar het bystander effect

Er zijn verschillende experimenten uitgevoerd die het *bystander effect* onderzoeken. Een bekend experiment hield in dat studenten een toets moesten maken. De studenten bevonden zich in drie verschillende situaties: alleen, met twee andere studenten, of met twee **confederates** (confederates zijn mensen die bij het experiment horen, maar dit niet laten merken). Vervolgens werd er rook in de kamer gepompt (de *confederates* reageerden hier niet op). Uit de resultaten bleek dat studenten de rook alleen melden als ze in hun eentje in de kamer waren. Hoe erg de rook ook werd, als er andere mensen bij waren, deden ze hier niets aan. Dit is te verklaren aan de hand van de hierboven genoemde factoren van het *bystander effect*. Een ander experiment wordt hieronder uitgewerkt.

Three-in-one experiment

Bij dit experiment bevonden de deelnemers zich in een afgesloten hokje met twee TV monitoren en een camera. Monitor 1 liet een controlekamer zien met een schokapparaat, monitor 2 kon een mede-deelnemer laten zien, en de camera kon henzelf laten zien aan de mede-deelnemer. Er waren vijf condities, waarbij werd gekeken hoeveel hulp er werd gegeven aan de persoon in de schokkamer:

- Alleen zijn: De camera is op het plafond gericht en de camera van de buurman ook. De deelnemer ziet niemand en niemand ziet de deelnemer. De deelnemer heeft het idee dat er geen mede-deelnemer is;
- Diffusion of responsibility: De deelnemer weet nu wel dat er een mede-deelnemer aanwezig is, maar kan deze persoon nog steeds niet zien en niemand kan de deelnemer zien;
- Diffusion + sociale invloed: De deelnemer ziet op monitor 2 de mede-deelnemer, maar de camera staat uit, dus de deelnemer kan door niemand worden gezien.

- Diffusion + audience inhibition: De camera staat aan en de deelnemer kan dus worden gezien door de mede-deelnemer, maar monitor 2 staat uit dus de deelnemer ziet zelf de mede-deelnemer niet;
- Diffusion + sociale invloed + audience inhibition: De camera en monitor staan beide aan, dus de deelnemers kunnen elkaar zien.

De resultaten van het experiment lieten zien dat hoe meer communicatie er mogelijk was, waarbij de laatste conditie dus de meeste communicatie biedt, hoe minder hulp er werd gegeven. Er werd dus het meeste hulp geboden bij de conditie met de minste communicatie, oftewel waarbij ze dachten dat ze alleen waren. Er was geen verschil tussen de conditie met sociale invloed en **audience inhibition**. Dit betekent dus dat het niet uitmaakt of de deelnemer gezien wordt of de deelnemer alleen de ander kan zien.

Onderzoekers verwijzen met verschillende termen naar gedrag dat hulp verlenen inhoudt. Er zit verschil in hoe deze termen in de sociale psychologie worden gebruikt. Zo kan er gesproken worden van **prosocial behavior**; vrijwillig gedrag, bedoeld in het voordeel van een ander. Voorbeelden van *prosocial behavior* zijn liefdadigheid, meewerken, vriendschappen sluiten, opoffering en vertrouwen. Wat als *prosocial behavior* wordt beschouwd, wordt bepaald door de samenleving waar iemand zich bevindt. Daarnaast kan de term **helping behavior** worden gebruikt; dit is een subcategorie van *prosocial behavior*. De behulpzaamheid in *helping behavior* moet opzettelijk zijn en ten goede komen van een ander of een andere groep. Het maakt niet uit wat de motivatie van de hulpverlenende is, zolang de ander maar wordt geholpen. *Helping behavior* onderscheidt zich hiermee van *prosocial behavior*, omdat elke vorm van vriendelijkheid onder *prosocial behavior* kan behoren (niet alleen hulpverlening). De derde vorm is een andere subcategorie van *prosocial behavior*, namelijk **altruïsme**. *Altruïsme* is een speciale vorm van behulpzaamheid, ook wel onbaatzuchtigheid genoemd. Een *altruïstisch* persoon is bereid iets bij te dragen zonder persoonlijk gewin. Er is veel discussie over de vraag hoe onbaatzuchtig de mens van nature daadwerkelijk is.

Aanvullend: Darley & Latané (1968)

Het onderzoek van Darley en Latané (1968) richt zich op het **bystander effect**, waarbij mensen minder snel hulp bieden in een noodsituatie als er meerdere omstanders aanwezig zijn. Hoe groter de groep, hoe kleiner de kans dat iemand ingrijpt.

Een belangrijke verklaring is **diffusie van verantwoordelijkheid**: mensen voelen zich minder individueel verantwoordelijk wanneer anderen ook aanwezig zijn. Daarnaast speelt de verdeling van schuld mee—als niemand iets doet, lijkt het minder erg dat jij ook niets doet. Tot slot is er vaak sprake van veronderstelde actie: mensen gaan ervan uit dat een ander al heeft ingegrepen, vooral wanneer ze niet kunnen zien wat anderen doen (bijvoorbeeld wanneer ze iets vanaf een afstand of door een raam observeren).

Darley en Latané testten dit in een experiment waarin studenten via een intercom communiceerden. Tijdens het gesprek hoorde de deelnemer hoe een andere 'student' (een acteur) een epileptische aanval kreeg. Sommige deelnemers dachten dat ze alleen luisterden; anderen dachten dat er meer mensen meeluisterden.

De resultaten waren duidelijk: deelnemers die dachten dat zij de enige getuige waren, grepen veel sneller in. In de groepconditie werd later of zelfs helemaal niet ingegrepen. De conclusie is dat de aanwezigheid van anderen het gevoel van verantwoordelijkheid verlaagt, wat hulpgedrag onderdrukt. Opmerkelijk is dat deelnemers die niet hielpen, achteraf wel aangaven zich zorgen te maken over het slachtoffer. Dit suggereert dat hun passiviteit niet voortkwam uit onverschilligheid, maar uit sociale onzekerheid en verwarring.

Aanvullend: Kassin & Saul (2017)

Het verhaal van **Kitty Genovese** uit 1964 is nauw verbonden met het ontstaan van de theorie rond het bystander effect. Kitty werd 's nachts op straat aangevallen en uiteindelijk vermoord. Volgens krantenberichten zouden **38 omstanders** de aanval hebben gezien of gehoord, maar niemand belde de politie tot het te laat was. Dit nieuws leidde tot grote publieke verontwaardiging en werd al snel een voorbeeld van de "onverschillige samenleving".

Later onderzoek nuanceerde dit beeld echter sterk. Zo werd de dader van Kitty's moord enkele dagen later herkend door omstanders toen hij een inbraak pleegde. Zij grepen in, wat leidde tot zijn arrestatie en de bekentenis van drie moorden. Opvallend is dat deze actie van omstanders nauwelijks media-aandacht kreeg, terwijl het oorspronkelijke verhaal van passiviteit volop werd uitgelicht.

In 2015 maakte **William Genovese**, de broer van Kitty, een documentaire waarin hij het dominante verhaal bijstelde. Hij wees op getuigen die wél iets deden: een man riep uit zijn raam waardoor de dader vluchtte, een vrouw belde wél de politie en een buurvrouw bleef bij Kitty tot ze stierf. Deze getuigen werden in de oorspronkelijke berichtgeving genegeerd.

Hoewel de moord op Kitty Genovese het bystander effect op de kaart heeft gezet, toont latere reconstructie aan dat de realiteit **complexer en minder zwart-wit** is dan vaak wordt voorgesteld. Het bystander effect bestaat, maar de mate waarin mensen helpen hangt af van **sociale, situationele en contextuele factoren**. De casus van Genovese onderstreept dat het belangrijk is om bij psychologisch onderzoek rekening te houden met nuance, bronnenkritiek en latere inzichten.

Artikel 1: Liebst, Philpot., et al. (2019)

Dit artikel onderzoekt of sociale relaties tussen het slachtoffer en de toeschouwer het bystander-effect beïnvloeden, en of er verschil is tussen gewelddadige noodgevallen en minder dringende situaties.

Er worden drie hypothesen onderzocht:

- De eerste hypothese stelt dat er sprake zou zijn van een *omgekeerd* bystander-effect in gewelddadige noodgevallen, waarbij mensen sneller zouden ingrijpen naarmate er meer toeschouwers aanwezig zijn. Deze hypothese wordt echter verworpen: juist in gewelddadige situaties treedt een versterkt bystander-effect op—hoe meer omstanders, hoe minder snel er wordt ingegrepen;
- De tweede hypothese stelt dat het bystander-effect afneemt wanneer het slachtoffer een sociale relatie heeft met een toeschouwer. Dit wordt bevestigd: als er een persoonlijke band bestaat, is de kans groter dat iemand hulp biedt;
- De derde hypothese stelt dat het aantal sociale relaties zwaarder weegt dan het aantal toeschouwers. Ook dit blijkt uit de resultaten: een sociale band heeft meer invloed op hulpgedrag dan het simpele aantal aanwezigen.

Het onderzoek kent drie belangrijke beperkingen:

- Selectie van incidenten: De gebruikte data komen uit politiearchieven, die vooral gewelddadige voorvallen bevatten. Hierdoor zijn de bevindingen mogelijk niet representatief voor mildere situaties;
- Beperking van camerabeelden: De analyse is gebaseerd op videobeelden, wat betekent dat niet alle details of context zichtbaar zijn. Dit kan leiden tot foutieve interpretaties van het gedrag van omstanders;
- Codering en interpretatie: De onderzoekers die de beelden codeerden, konden onbewust de sociale relatie tussen slachtoffer en toeschouwer afleiden op basis van of er hulp werd geboden. Dit kan de betrouwbaarheid van de resultaten over de invloed van sociale relaties (tweede hypothese) beïnvloeden.

Slim Samengevat!

- **Hulpgedrag** volgens Darley en Latané bestaat uit vijf stappen: opmerken van een noodsituatie, beseffen dat het een noodgeval is, verantwoordelijkheid nemen, beslissen hoe te helpen, en daadwerkelijk helpen.
- **Obstakels** bij hulpgedrag kunnen voorkomen in elke stap, zoals afleiding, self-concerns, ambiguïteit, pluralistic ignorance, diffusion of responsibility, gebrek aan competentie, angst voor consequenties en audience inhibition.
- Het **bystander effect** betekent dat mensen minder snel hulp bieden in aanwezigheid van anderen. Factoren zoals audience inhibition, normatieve en sociale invloed, en diffusion of responsibility spelen hierbij een rol.
- Andere factoren die het **bystander effect** beïnvloeden zijn de gevaarlijkheid van de situatie, ambiguïteit, gevolgen van helpen, bekendheid met de omgeving, gelijkenis met het slachtoffer, relatie met andere toeschouwers, culturele verschillen, persoonlijke eigenschappen en stemming.
- Het **bystander-calculus model** stelt dat mensen de kosten en beloningen van helpen afwegen voordat ze beslissen om te helpen.
- **Experimenten** bevestigen het **bystander effect**, waarbij de aanwezigheid van anderen leidt tot minder hulp. Het **Three-in-one experiment** toonde aan dat communicatie-invloeden hulpgedrag kunnen verminderen.
- Onderzoekers onderscheiden drie vormen van hulpgedrag: **prosocial behavior** (vrijwillige hulp voor anderen), **helping behavior** (opzettelijke hulp ongeacht motivatie), en **altruïsme** (onbaatzuchtige hulp zonder persoonlijk gewin).
- Het onderzoek van **Darley en Latané (1968)** bevestigde dat de aanwezigheid van anderen iemands gevoel van verantwoordelijkheid vermindert.
- **Liebst, Philpot, et al. (2019)** toonde aan dat sociale relaties en de gewelddadigheid van de situatie invloed hebben op het **bystander effect**.
- **Kassin & Saul (2017)** benadrukten dat het verhaal van **Kitty Genovese** en het bystander effect complexer is dan vaak wordt gedacht en afhankelijk is van situationele en sociale factoren.

Probleem 3. I spy.....

Introductie

Dit hoofdstuk komt overeen met de studiestof zoals behandeld in de verplichte literatuur: Kassir, S.M., Fein, S., & Markus, H.R. (2021). *Social Psychology* (11e editie), pagina 270-285 & 294-311; Hogg, M.A., & Vaughan, G.M. (2022). *Social Psychology* (9e editie), pagina 244-275; artikel van Haun & Tomasello (2011): *Conformity to peer pressure in preschool children*; en artikel van Doliński, Grzyb, Folwarczny, Grzybala, Krzyszycha, Martynowska, & Trojanowski (2017): *Would You Deliver an Electric Shock in 2015? Obedience in the Experimental Paradigm Developed by Stanley Milgram in the 50 Years Following the Original Studies*.

Social influence

Social influence verwijst naar de manier waarop mensen beïnvloed worden in hun gedachten, gevoelens of gedrag door anderen. Deze invloed kan voortkomen uit directe sociale druk, maar ook uit ingebeerde verwachtingen. Zowel de meerderheid (*majority influence*) als een minderheid (*minority influence*) kan sociale invloed uitoefenen.

Er zijn vier soorten social influence:

- *Mindless/automatic social influence*;
- *Conformity*;
- *Compliance*;
- *Obedience*

Automatic (mindless) social influence

Deze vorm van sociale invloed gebeurt onbewust en automatisch, zonder dat mensen zich ervan bewust zijn dat ze beïnvloed worden. Het gedrag lijkt op een reflex: je doet iets puur omdat iemand anders het ook doet.

Een bekend voorbeeld is het **chameleon effect**: mensen imiteren automatisch en onbewust het gedrag van anderen. Bijvoorbeeld: als iemand met zijn voet beweegt, ga jij dat onbewust ook doen.

Waarom imiteren mensen anderen?

- **Sociale aansluiting**: Mensen bootsen anderen na om erbij te horen, vooral wanneer ze zich buitengesloten voelen of zich identificeren met de ander.
- **Sociale harmonie**: Automatische imitatie bevordert onderlinge verbondenheid. Mensen die synchroon bewegen of elkaars houding overnemen, ervaren vaak een betere band.

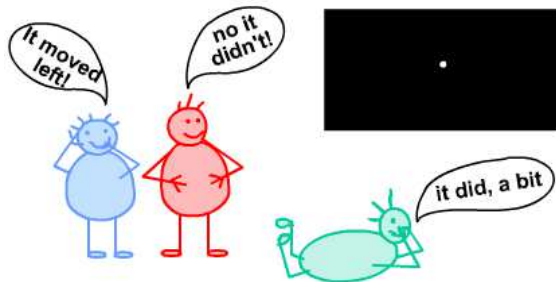
Dit werd aangetoond in een experiment waarbij deelnemers in gesprek gingen met een ander (een confederate). Als deze persoon subtiel het gedrag van de deelnemer nadeed (bijv. houding of bewegingen), werd hij aardiger gevonden dan wanneer hij dat niet deed.

Een ander onderzoek liet deelnemers een animatie zien waarin een getekend figuur hen ergens van probeerde te overtuigen. Als deze figuur de bewegingen van de kijker nadeed, was hij overtuigender.

Conformity

De volgende vorm van sociale invloed is **conformisme** (*conformity*). Dit houdt in dat mensen hun visies, meningen of gedrag aanpassen zodat deze overeenkomen met de groepsnormen. We volgen dus wat andere mensen zeggen en doen. Er zijn verschillende experimenten gedaan over conformisme. Als eerste kwam het onderzoek van Sherif (1935). In dit experiment kregen deelnemers in een donkere kamer een lichtje te zien en moesten daarna samen schatten hoe ver het lichtje was verplaatst terwijl het in werkelijkheid niet was verplaatst. Hieruit bleek dat mensen conformeerden naar wat de andere mensen in de groep zeiden. Er was sprake van dubbelzinnigheid en onduidelijkheid over de fysieke realiteit in dit experiment. Hierdoor kan je naar anderen op zoek gaan voor verduidelijking. Zij kunnen dan als een bron van informatie dienen.

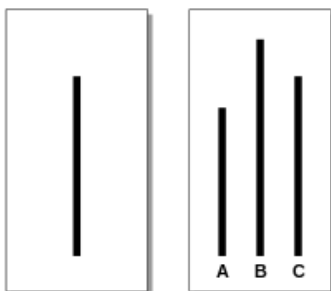
Hierop volgde het experiment van Asch, waarbij het ging het om een duidelijke, makkelijke situatie. Een deelnemer zat in een ruimte met andere mensen, die bij het experiment hoorden (*confederates*). De groep kreeg vervolgens een lijn te zien met daarnaast drie andere lijnen. Ze moesten zeggen welke van de drie lijnen overeen kwam met de eerste lijn. De *confederates* gaven allemaal het verkeerde antwoord, terwijl het duidelijk was dat dit verkeerd was. Als laatste moest de deelnemer het antwoord geven. In 36.8% gaf de deelnemer ook het foute antwoord en ging dus mee met de groep. Dit deden ze niet omdat ze dachten dat de groep het juist had, maar omdat ze niet wilden afwijken van wat de anderen zeiden.



Experiment Sherif. Bron: <https://www.s-cool.co.uk/a-level/psychology/social-influence/revise-it/conformity-key-studies>

Het verschil tussen het experiment van Asch en Sherif is dat ze bij Sherif het niet deden om bij de groep te horen, maar omdat het ging om een onduidelijke situatie. Terwijl bij het experiment van Asch het antwoord overduidelijk was.

Na het onderzoek van Asch deed Crutchfield nog een onderzoek. Hij haalde het face-to-face element van het onderzoek van Asch weg door de deelnemers in hokjes te stoppen waar ze met een knop hun antwoord moesten geven. Een verschil met het experiment van Asch was dat Crutchfield op een efficiëntere manier kon onderzoeken door meerdere mensen tegelijk te testen. Uiteindelijk kwam uit het experiment dat er minder mensen conformeerden en dus dat geen face-to-face contact zorgt voor minder invloed van de groep.



Experiment Asch. Bron: https://nl.wikipedia.org/wiki/Overeenstemmingsexperimenten_van_Asch

Er zijn drie belangrijke oorzaken voor *conformisme*, die duidelijk naar voren komen in de genoemde experimenten:

- **Normatieve invloed:** we imiteren anderen uit angst om buitengesloten te worden, omdat we bang zijn voor de negatieve gevolgen van een afwijkende mening (zoals afwijzing);
- **Informationele invloed:** we imiteren anderen omdat we het juiste willen doen, en omdat we denken dat de anderen gelijk hebben;
- **Interpersoonlijke invloed:** dit omvat tactieken zoals klagen, eisen, dreigen, smaken, onderhandelen en manipuleren om verandering te bewerkstelligen.

In groepen is vaak van normatieve en informationele invloed sprake. In het Asch experiment ging het vooral om normatieve invloed. In een onduidelijke situatie zoals in het Sherif experiment zal eerder sprake zijn van informationele invloed. Conformisme komt daarnaast in twee vormen: *private* en *public*. **Private conformity** (of **conversion**) wordt veroorzaakt door informationele invloeden. Hierbij veranderen we door anderen niet alleen ons gedrag, maar ook echt onze mening. We geloven dus echt dat de groep het juist heeft. Dit is het geval bij het Sherif experiment.

De tweede vorm is **public conformity** (of **compliance**). Hierbij is er sprake van een meer oppervlakkige verandering in gedrag. Mensen reageren op normatieve invloeden door te doen of ze het met de groep eens zijn, terwijl ze dit eigenlijk niet zijn, om aardig gevonden te worden. Van deze vorm van conformisme is sprake in het Asch experiment. Als er in de experimenten sprake was van een beloning, zoals geld, veranderden de uitkomsten. Bij onzekere, lastige experimenten (zoals het Sherif experiment) zorgde een beloning voor meer conformisme. Bij duidelijke, makkelijke experimenten (zoals het Asch experiment) zorgde een beloning er juist voor dat mensen vasthielden aan hun eigen antwoord en dat conformisme enorm afnam.

Mensen die niet conformeren, worden door een groep minder leuk gevonden. Groepsleden die de norm bedreigen, zullen negatiever worden behandeld dan iemand die niet een groepslid is en gedrag binnen de norm vertoont. Dit noemen we ook wel het *black-sheep effect*.

Factoren die een rol spelen bij conformeren

Verschillende factoren kunnen bepalen of conformisme plaatsvindt of niet.

- De **grootte** van de groep: een grotere groep zorgt tot een bepaalde hoogte voor meer conformisme (er is sprake van het **lightbulb effect**: de grootte van de groep zorgt eerst voor meer conformisme, maar vanaf een bepaald punt - ongeveer vier mensen - zorgen meer mensen niet per se voor meer conformisme);
- **Beloning** en **belang** van de situatie: bij een moeilijke taak zal een beloning zorgen voor meer conformisme, bij een makkelijke taak juist voor minder;
- Focus op **sociale normen**: als mensen meer focussen op sociale normen (bijvoorbeeld als ze andere mensen zien vervuilen) zullen ze zelf eerder aanpassen aan die normen en dus sneller conformeren (door zelf ook te vervuilen);
- **Aanwezigheid** van een *ally*: als er iemand aanwezig is die niet conformeert (bijvoorbeeld iemand die in het Asch experiment gewoon het goede antwoord geeft) zal iemand minder snel conformeren;
- **Cultuur**: in individualistische culturen vindt minder conformisme plaats, in collectivistische culturen vindt dit meer plaats;
- **Geslacht**: in openbare situaties zullen vrouwen meer conformeren dan mannen (ook mannen met een vrouwelijke persoonlijkheid zullen eerder conformeren);
- **Sociale invloed**: de *social impact theory* wordt later uitgelegd;
- **Persoonlijke eigenschappen**: er zijn verschillende persoonlijke eigenschappen die invloed hebben bij conformeren;
 - o Conservatieve mensen, mensen die autoriteit niet willen confronteren en mensen met een lagere intelligentie, conformeren sneller;
 - o Mensen die zelfbewust en onzeker zijn, die er graag bij willen horen, die een interesse hebben in anderen en die meegaand zijn, zullen minder snel conformeren;
 - o Mensen die graag anders willen zijn of mensen met een hoge status zullen minder snel conformeren;
 - o Leeftijd: conformisme neemt toe tot de adolescentie en neemt dan af tot de volwassenheid;
 - o Gevoelens: mensen zullen eerder conformeren door schuldgevoelens, of als ze in een goede bui zijn.

Daarnaast zijn er factoren van de groep en van de omgeving die kunnen leiden tot meer of minder conformisme. Zo zal er eerder sprake zijn van conformisme als de mening van de meerderheid aannemelijk is. Ook is er een grotere kans op conformisme als meningen openbaar moeten worden geuit, en een kleinere kans als dit anoniem gebeurt. Ook als mensen in de groep elkaar aardig vinden en als er veel samenhang is in de groep, of als de groep een langere tijd zal bestaan, zal er eerder sprake zijn van conformisme. Ook als de taak belangrijk en moeilijk is, is er meer sprake van conformisme; als een taak onbelangrijk is, of belangrijk en makkelijk, is er minder conformisme.

De social impact theory

Volgens de **social impact theory** van Latané hangt de kracht van beïnvloeding af van drie factoren:

- *Strength*: de kracht van de beïnvloeder (iemand met een hogere status kan anderen makkelijker beïnvloeden);
- *Immediacy*: de nabijheid van de beïnvloeder (mensen worden makkelijker beïnvloed als degene die hen wil beïnvloeden dichtbij is);
- *Number*: het aantal beïnvloeders (een grote groep heeft, tot op een bepaald punt, meer invloed).

Deze factoren kwamen ook naar voren in het Asch experiment. Mensen werden beïnvloed doordat de groepsleden er intelligent en van hoge status uitzagen (S), doordat de mensen dichtbij, in dezelfde kamer, waren (I) en doordat de groep bestond uit meerdere mensen (N).

Een variatie op deze theorie is de **dynamic social impact theory**, die inhoudt dat invloed een functie is van kracht (S), nabijheid (I) en aantal (N) en dat deze beïnvloeding kan leiden tot vier zaken:

- *Consolidation*: wanneer mensen veel met elkaar omgaan, worden hun acties en meningen meer gelijk;
- *Clustering*: omdat mensen het meest beïnvloed worden door de mensen het dichtst bij hen, ontstaan clusters van mensen met dezelfde mening;
- *Correlation*: na een tijdje worden meningen in een groep gelijk, ook over onderwerpen die niet worden besproken;
- *Continuing diversity*: door *clustering* kunnen de afwijkende opvattingen van minderheden blijven bestaan binnen de groep.

Majority en minority influence

Conformisme werkt in twee richtingen:

- Een **meerderheid** (grote groep) kan een individu of een kleine groep beïnvloeden → **majority influence** (zoals in het experiment van Asch).
- Een **minderheid** (individu of kleine groep) kan een grotere groep beïnvloeden → **minority influence**.

Minority Influence – Moscovici

Psycholoog Serge Moscovici onderzocht hoe minderheden invloed uitoefenen op meerderheden. Hij stelde dat wanneer een minderheid het oneens is met de meerderheid, dit **onenigheid** of **conflict** oproept binnen de groep. Groepsleden willen dit conflict oplossen, wat hen aanzet tot het zorgvuldig overwegen van de argumenten van de minderheid.

Deze invloed verloopt via het **validatieproces**:

- Groepsleden nemen de standpunten van de minderheid serieus en evalueren deze kritisch.
Als de argumenten overtuigend zijn, kan dit leiden tot **conversie**: groepsleden veranderen hun mening daadwerkelijk (private conformity).

Majority Influence

Meerderheden beïnvloeden via een ander proces: het **vergelijkingsproces** (comparison process). Groepsleden willen graag bij de meerderheid horen en passen zich daarom aan. Dit leidt tot **compliance**: mensen stemmen publiekelijk in, maar veranderen hun persoonlijke mening niet (public conformity).

Verschillen tussen majority en minority influence

- Minority influence:
 - Gebaseerd op **informatie drak**;
 - Verloopt via het **validatieproces**;
 - Leidt tot **echte, blijvende verandering** (conversion, private conformity);
 - Kracht ligt in de **sterkte van argumenten**.
- Majority influence:
 - Gebaseerd op **normatieve drak**;
 - Verloopt via het **vergelijkingsproces**;
 - Leidt tot **oppervlakkige, tijdelijke verandering** (compliance, public conformity);
 - Kracht ligt in de **grootte van de groep**.

Het bereiken van minority influence

Een belangrijke factor in *minority influence* is consistentie. Volgens Moscovici moet iemand die het niet eens is met de groep consistent zijn om een verandering te veroorzaken. Dit komt doordat consistentie de aandacht weghaalt van de mening van de grote groep, omdat het zorgt dat de minderheid onbuigzaam lijkt (waardoor een compromis kan worden gesloten), en omdat mensen denken dat iemand die een onpopulaire mening vol blijft houden, wel eens een punt kan hebben. In een experiment van Moscovici kregen groepen bijvoorbeeld verschillende tinten blauw te zien, terwijl twee *confederates* beweerden dat ze groen zagen. Omdat de meerderheid dit bij elke tint deed, en dus consistent was, veranderden sommige deelnemers hun mening. Hollander kwam daarnaast met het **idiosyncrasy model**. Dit houdt in dat een meerderheid eerst moet conformeren aan de groep, om zo *idiosyncrasy credits* te verdienen (zodat ze aardig worden gevonden). Later kunnen ze pas afwijken. Dit is een tegenhanger van de consistentie waar Moscovici de nadruk op legde. Minderheden hebben daarnaast meer invloed in subjectieve situaties (bijvoorbeeld meningen) en meerderheden in objectieve situaties (zoals feiten). Meerderheden hebben meer invloed in openbare situaties.

Vormen van social response

Er zijn verschillende manieren om op sociale invloeden te reageren:

- *Compliance* (oftewel *public conformity*): mensen zijn het eigenlijk niet eens met de groep, maar ze doen wel of ze deze mening delen (komt vaak door *majority influence*);
- *Conversion* (oftewel *private conformity*): mensen veranderen hun eigen mening omdat ze werkelijk denken dat de andere mening juist is (komt vaak door *minority influence*);
- *Congruence* (oftewel *uniformity*): hiervan is sprake als iemand het vanaf het begin al met de groep eens is, en dus niet hoeft te reageren op de sociale invloeden;
- *Independence*: mensen blijven vasthouden aan hun eigen overtuigingen, ook als deze niet hetzelfde zijn als die van de groep;
- *Anti conformity*: mensen gaan expres tegen de groep in, niet vanwege hun eigen mening, maar om de groep meer na te laten denken.

In het Asch experiment was sprake van *compliance* (als mensen hun mening aanpasten) en *independence* (een groot deel van de deelnemers paste zijn mening toch niet aan). Naast de invloed die sociale groepen kunnen hebben op ons gedrag, kan zogenoemde machtspositie ook invloed hebben over ons gedrag. Hier wordt nu verder op ingegaan.

Social power

Social power wordt gezien als het vermogen dat iemand heeft om andere mensen te beïnvloeden, zelfs als de andere mensen proberen deze invloed te weigeren. *Social power* kan negatief zijn, zoals bleek tijdens de Tweede Wereldoorlog. Bickham deed een experiment naar *social power*, waarin hij mensen vreemde opdrachten gaf. Slechts een derde van de mensen gehoorzaamde als hij eruit zag als een normale man, terwijl bijna 90% gehoorzaamde als hij een beveiliging uniform aan had.

De power bases

French en Raven introduceerden zes bronnen van sociale macht, ook wel de *power bases* genoemd. Deze vormen beschrijven hoe mensen invloed kunnen uitoefenen op anderen binnen sociale situaties of groepen.

- **Reward Power:** is macht die voortkomt uit iemands vermogen om anderen te belonen. Deze beloningen kunnen **persoonlijk** zijn, zoals een compliment of promotie, of **onpersoonlijk**, zoals geld of privileges. Wanneer iemand als enige deze beloningen kan geven, ontstaat afhankelijkheid bij anderen. Hierdoor neemt de kans toe dat mensen hem gehoorzamen om deze beloningen te verkrijgen.
- **Coercive Power:** staat tegenover reward power en is gebaseerd op het vermogen om anderen te straffen of te bedreigen wanneer zij niet gehoorzamen. Deze straf kan **persoonlijk** zijn, zoals het uiten van kritiek of boosheid, of **onpersoonlijk**, zoals het dreigen met ontslag of uitsluiting. Autoriteitsfiguren die zich onzeker of minder krachtig voelen, zullen vaker gebruikmaken van deze vorm van macht.
- **Legitimate Power:** is macht gebaseerd op een formele, erkende positie of rol, zoals een docent, politieagent of beveiliging. Deze macht komt voort uit sociale normen die bepalen wie het recht heeft om bevelen te geven. Mensen gehoorzamen legitieme autoriteit meestal **vrijwillig**, zolang zij de autoriteit als eerlijk, rechtvaardig en legitiem beschouwen. Er is dus sprake van geaccepteerde hiërarchie, niet van gedwongen gehoorzaamheid.
- **Referent Power:** is gebaseerd op de aantrekkingskracht, bewondering of identificatie met de persoon die de macht bezit. Als groepsleden iemand aardig vinden, bewonderen of zich met hem of haar identificeren, zullen ze eerder geneigd zijn deze persoon te volgen of gehoorzamen. De motivatie is hier niet dwang of verplichting, maar het verlangen om geassocieerd te worden met de persoon in kwestie, of om hem of haar tevreden te stellen.
- **Expert Power:** verwijst naar macht die voortkomt uit de veronderstelling dat iemand superieure kennis, vaardigheden of competenties bezit. Denk bijvoorbeeld aan een arts, wetenschapper of leraar. Belangrijk hierbij is dat de macht niet alleen gebaseerd is op werkelijke expertise, maar ook op de **perceptie** van anderen: als mensen geloven dat iemand deskundig is, krijgt diegene invloed, zelfs als die expertise niet objectief aanwezig is.
- **Informational Power:** Informational power is gebaseerd op iemands vermogen om informatie te beheren, delen of manipuleren. Dit kan via rationele argumenten, overtuiging of het geven van cruciale kennis. Iemand kan macht uitoefenen door informatie:
 - te **geven** aan mensen die het nodig hebben;
 - **achter te houden** voor anderen;
 - **te organiseren**, structureren of selectief te delen;
 - of zelfs te **falsifiëren**.

Een voorbeeld hiervan is iemand die de antwoorden op een toets bezit en bepaalt wie die informatie wel of niet krijgt. In deze vorm van macht ligt de kracht in de controle over kennis, niet per se in een formele positie.

Power tactics

Power tactics zijn specifieke strategieën die worden gebruikt om anderen te beïnvloeden om er voordeel uit te halen.

- Zachte en harde tactieken
 - Zacht: bij zachte tactieken is het doel om er meegaandheid uit te halen door de relatie te versterken. Vriendschap sluiten, socializen en persoonlijke beloningen zijn hier voorbeelden van.
 - Hard: bij harde tactieken gebruikt iemand onpersoonlijke beloningen en dreigementen. Harde tactieken werken niet beter dan zachte tactieken.
- Rationele en niet-rationele tactieken
 - Rationeel: iemand proberen over te halen door te overleggen
 - Niet-rationeel: op de emotie inspelen, misinformatie geven.

Artikel 1: Haun & Tomasello (2011)

In het artikel werd een experiment uitgevoerd dat leek op het Asch experiment, om zo conformerend gedrag te onderzoeken bij basisschoolkinderen.

In het experiment kregen de kinderen plaatjes van dieren te zien, en moesten aangeven welk dier ze zagen. Voordat ze dit moesten doen, gaven andere kinderen een antwoord dat niet overeenkwam met het plaatje dat de deelnemer zag. Er werd gekeken of de kinderen hierdoor hun mening zouden veranderen, of zouden zeggen welk dier ze in werkelijkheid zagen. Uit de resultaten bleek dat de kinderen conformeerden om zo bij de groep te horen, zelfs als de andere kinderen overduidelijke fouten maakten. Dit deden ze echter alleen als ze hun antwoord in het openbaar (dus voor de andere kinderen) bekend moesten maken. Als ze het antwoord privé mochten geven, bleven ze wel bij hun eigen (en het juiste) antwoord. Later bleek daarnaast dat de kinderen hun antwoord niet veranderden uit een overtuiging dat de groep gelijk had, maar om niet af te wijken van wat de rest deed. De conclusie die hieruit kan worden getrokken, is dat ook jonge kinderen al doen aan *public conformity*. Deze ontstaan door *peer pressure*.

Artikel 2: Doliński, Grzyb, Folwarczny, Grzybala, Krzyszycha, Martynowska, & Trojanowski (2017)

In dit experiment stond het onderzoeken van de effecten van geslacht op gehoorzaamheid centraal. Het was namelijk nog niet helder of het gedrag van de deelnemers anders zou zijn in condities waarin de onderzoeker de deelnemer de opdracht gaf om schokken toe te dienen aan een leerlinge. Waarom denken we dat het geslacht van de leerling belangrijk zou kunnen zijn? Omdat vrouwen fysiek vaak zwakker zijn en culturele normen dicteren dat we vrouwen respectvol en aardig dienen te behandelen. Vrouwen ontvangen ook vaker hulp van anderen dan mannen.

Hoe is het onderzoek uitgevoerd?

Deelnemers werden betaald om voor een uur deel te nemen aan psychologisch onderzoek waarover aan hen verteld werd dat deze toegewijd was aan geheugen en leren. Sommige deelnemers werden op straat in de buurt van de universiteit benaderd en andere deelnemers werden door de hulp van studenten geworfd (deze deelnemers waren kennissen van de studenten en als deze potentiële deelnemers studenten waren dan studeerden ze niet aan dezelfde universiteit). Studenten met een psychologie achtergrond of studenten die bekend waren met het Milgram experiment werden verwijderd uit de selectieprocedure. Ook werden kandidaten die ooit psychische hulp hadden gezocht, trauma hadden ervaren en/of een geschiedenis van drugs of alcoholmisbruik hadden geëlimineerd.

De deelnemers vulden vragenlijsten in en de onderzoeker legde vervolgens uit dat het onderzoek de impact van straffen op het gebied van leren en geheugenprocessen zou onderzoeken. De leeftijd van de deelnemers varieerde tussen de 18 en 69 jaar. De deelnemers trokken samen met de confederate lootjes om te bepalen wie welke rol zou krijgen. Op elk lootje stond echter de rol van docent, maar de confederate zei dat hij of zij de rol van leerling toegewezen had gekregen.

De onderzoeker vroeg aan de deelnemers of zij een geïnformeerd toestemmingsformulier wilden ondertekenen voor deelname aan het experiment. In het formulier stond dat de deelnemer op elk gewenst moment het proces stop kon zetten. De onderzoeker benadrukte er ook nog bij dat de beslissing om het onderzoek stop te zetten niet zou betekenen dat de deelnemers de vergoeding voor deelname aan het experiment terug zouden moeten geven aan de onderzoeker.

De leerling (confederate) moest uit zijn hoofd de verbanden tussen lettergrepen leren. De taak van de docent (de echte deelnemer) was om één lettergreep voor te lezen en vervolgens te wachten op het antwoord van de leerling. Als het antwoord goed was, ging de docent over op de volgende lettergreep. Als het antwoord fout was, moest de docent wachten op de instructie van de onderzoeker.

De onderzoeker bevestigde elektroden aan de polsen van de leerling en vroeg aan de docent om achter de generator te gaan zitten. Hij zat zelf ongeveer 3 meter van de docent af. De leerling maakte geen fouten tot de zevende lettergreep. Hier maakte de leerling een fout en de onderzoeker instrueerde de docent om aan de eerste hendel te trekken. Bij de tweede fout moest de docent aan de tweede hendel trekken en bij de derde fout aan de derde hendel en zo ging dat door. De schokken werden met elke hendel heftiger. De leerling schreeuwde op een gegeven moment van de pijn (dit geschreeuw was opgenomen en werd afgespeeld op de juiste gepaste momenten).

Wanneer de docent aarzelde spoorde de onderzoeker aan dat de deelnemer door moest gaan. Nadat de docent aan de tiende hendel had getrokken vroeg de onderzoeker aan de docent: "Denk je dat het pijn doet?". Dit was een manier om er zeker van te zijn dat de docent bewust was van de werkelijke pijn die deze toediende aan de persoon in het kamertje ernaast.

Achteraf kreeg elke deelnemer de exacte details van het onderzoek, werd excuses aangeboden voor het feit dat de deelnemers misleid waren aan de start van het onderzoek en kregen ze uitleg waarom de procedure zo te werk ging. De gesprekken werden door een klinisch psycholoog gevoerd.

Wat zijn de resultaten van het experiment?

Een dominante meerderheid (90%) trok aan de laatste hendel van de generator. Wanneer een vrouw schokken toegediend kreeg waren de deelnemers drie keer meer geneigd om zich terug te trekken van het experiment, ongeacht hun geslacht.

Wat betekenen de resultaten?

Ondanks de vele jaren die voorbij zijn gegaan sinds het Milgram experiment is de hoeveelheid mensen in de studie die zichzelf toegeeft aan de autoriteit van de onderzoeker hoog gebleven. Uit het feit dat deelnemers zich eerder terugtrokken wanneer de schokken werden toegediend aan een vrouw kunnen we geen conclusies trekken. Het verschil is namelijk te klein om er een conclusie uit te kunnen trekken; deze is niet statistisch significant.

De resultaten van dit onderzoek leiden dus niet tot definitieve conclusies over het geslacht van de leerling in het experiment.

Aanvulling Milgram Experiment:

Factoren die een rol spelen in het Milgram experiment

In het experiment waren verschillende factoren die de uitkomsten konden veranderen.

- *Voice feedback condition*: de deelnemer kon de leerling horen via de muur. Na 330 volt hoorde je de leerling niet meer. Als iemand niet gehoorzaamde, gaf deze eerder gehoor aan de eis om vrijgelaten te worden van de leerling dan aan het leed die de leerling ervaarde.
→ 62.5% gehoorzaamde tot 450 volt.
- *Heart-problem condition*: op het moment dat de experimenter de draden aan de arm van de confederate bevestigde, vertelde de confederate dat hij een hartaandoening had en vroeg hij of er complicaties zouden zijn n.a.v. het experiment. De experimenter zei dat er geen permanente schade zou zijn.
→ 65% ging door tot 450 volt.
- *Proximity condition*: de nabijheid van het slachtoffer zorgde voor minder gehoorzaamheid;
→ 40% van de deelnemers gehoorzaamde als het slachtoffer in dezelfde ruimte was (nu konden deelnemers namelijk geen afstand nemen van hun acties);
- *Touch-proximity condition*: de deelnemer moest het de hand van de leerling op een plaat shock plaat leggen.
→ Gehoorzaamheid zakte naar 30%
- *Low surveillance condition*: experimentleider was niet in dezelfde kamer en communiceerde via de telefoon
→ 25% stopte wanneer de leerling vroeg om vrijgelaten te worden bij 150 volt.
→ 20% ging door tot 450 volt.
- *Office-building condition*: Milgram voerde de studie uit in een winkelcentrum.
→ Gehoorzaamheid daalde naar 48%. Er waren 2 individuen die helemaal geen shocks gaven.
- *Ordinary-man variation*: als een *confederate* de bevelen gaf en niet de experimentleider.
→ Gehoorzaamheid daalde naar 20%
- *Two peers rebel condition*: als er twee *confederates* waren die zich voordeden als deelnemers, en deze vervolgens weigerden door te gaan met het experiment en weggingen.
→ Gehoorzaamheid daalde naar 10%
- *Peer administers shock condition*: als de deelnemer alleen de woorden hoefde te lezen of feedback moest geven en iemand anders de schokken gaf, was er juist *meer* gehoorzaamheid.
→ Gehoorzaamheid was 92.5% (dit komt doordat ook nu de verantwoordelijkheid op iemand anders kan worden afgeschoven);
- *Authority as victim condition*: experimenter nam rol van leerling aan om zo de docent te overtuigen dat de shocks niet schadelijk waren. Na 150 volt wilde de experimenter (nu leerling) echter stoppen en spoorde de confederate aan om door te gaan. Deelnemers lieten experimenter in elk geval vrij.
→ Gehoorzaamheid om autoriteit te pijnigen was 0.

Factoren als geslacht, leeftijd en cultuur maken geen groot verschil. Wel is persoonlijkheid belangrijk. Hierbij speelt de **F-Scale** (*Fascist-Scale*) een rol: mensen gehoorzamen sneller als ze onbuigzaam, dogmatisch, seksueel onderdrukt, en etnocentrisch zijn. Ook gehoorzamen ze sneller als ze niet van afwijkende meningen houden, weinig empathie hebben, en een onkritische houding tegenover autoriteit hebben.

Wat ook een rol speelde in waarom mensen doorgingen met de schokken geven, was *slippery slope*. De schokken begonnen relatief mild en gingen steeds, maar met 15 volt omhoog, waardoor het niet moeilijk was om te beginnen. Het was hierdoor echter wel moeilijk om te stoppen. Deelnemers konden gedachten hebben zoals: wat is het verschil met dat ik het nu niet wil doen als het maar 15 volt extra is?

Dus de belangrijkste factoren bij gehoorzaamheid zijn: het slachtoffer (en de nabijheid), de autoriteit (de nabijheid, de legitimiteit), de procedure (*gradual escalation*, verantwoordelijkheid voor het geven van de schokken of niet), de locatie/omgeving, iemands persoonlijkheid, en beperkte bronnen (was er alleen een experimentleider, of waren er ook *confederates*?).

Kritiek op het Milgram experiment

Op het Milgram experiment, uitgevoerd in 1960, was wel wat kritiek. Later probeerden mensen zijn experiment na te doen. Ten eerste is er natuurlijk het ethische kritiekpunt: de deelnemers vertoonden duidelijke tekenen van stress, en het experiment was dus niet ethisch. Daarnaast wordt soms als kritiekpunt geleverd dat de deelnemers wisten dat het experiment niet echt was. Dit is echter verworpen, omdat de deelnemers wel zware tekenen van stress vertoonden. Later, in 2006, is het experiment opnieuw uitgevoerd, door Burger. Het hoogste volt-percentage was nu echter 150 in plaats van 450. Het verschil in resultaten was klein: nu ging 70% door voorbij de 150 volt, terwijl dit eerst 82,5% was.

Ook Meeus en Raaijmakers deden een gelijksoortig experiment. In dit onderzoek moesten mensen iemand psychologisch pijn doen, in plaats van fysiek. Een *confederate* deed of hij een test moest doen om zo een baan te krijgen, en de deelnemer moest de persoon afleiden met steeds ergere gemene opmerkingen. De *confederate* vroeg of de deelnemer wilde stoppen, werd boos, en faalde de test. Wanneer er geen experimentleider was, ging geen enkele deelnemer door. Wanneer er wel een experimentleider was, ging wel 92% door. Uit deze latere onderzoeken blijkt dus dat, ook nu nog (in de 21^e eeuw) sprake is van gehoorzaamheid aan autoriteit.

Milgram en de power bases

In het experiment van Milgram komen duidelijk de *power bases* van French en Raven terug.

- **Reward power:** de autoriteit gaf geld en positieve beoordelingen aan de deelnemers;
- **Coercive power:** de autoriteit gebruikte zinnen als 'je hebt geen keuze' en 'je moet doorgaan' om te waarschuwen voor mogelijke negatieve consequenties van ongehoorzaamheid;
- **Legitimate power:** deelnemers dachten dat de autoriteit het legitieme recht had om hun acties te beïnvloeden;
- **Referent power:** deelnemers respecteerden Yale en het belang van wetenschappelijk onderzoek;
- **Expert power:** deelnemers zagen de autoriteit als een expert (deze zag er ook zo uit);
- **Informational power:** de autoriteit overtuigde de deelnemers door te zeggen dat het onderzoek informatie zou geven over hoe mensen leren.

Defiance

Defiance is wanneer mensen niet gehoorzamen, maar in opstand komen. Dit gebeurt eerder wanneer mensen in groepen zijn. Dat komt doordat synchronie in gedrag (dingen gelijktijdig doen met andere mensen) zorgt voor een gevoel van eenheid tussen mensen, en de neiging om te volgen wat anderen doen. Mensen die bijvoorbeeld gelijktijdig met hun stoel schommelen, werken daarna beter samen. Dit kwam ook duidelijk naar voren in het Milgram experiment. Als er twee andere *confederates* waren die niet verder wilden gaan (en de deelnemer zich dus in een groep bevond), ging maar 10% van de deelnemers door met schokken geven.

Ethische overwegingen

Een van de redenen dat het onderzoek van Milgram niet over gedaan is op een vergelijkbare manier is, omdat het onderzoek als onethisch werd gezien. Er zijn drie vragen die gesteld kunnen worden om te kijken of een experiment ethisch is:

- Is het onderzoek belangrijk?
- Kan de deelnemer het onderzoek op elk moment verlaten?
 - Bij Milgram konden ze in principe doen wat ze wilde, maar het doel van het experiment was om de deelnemers te laten blijven.
- Doet de deelnemer vrijwillig mee?
 - Bij Milgram deden de deelnemers vrijwillig mee, maar de ware aard van het experiment was niet uitgelegd.

Naar aanleiding van onethische experimenten zijn er richtlijnen opgesteld voor experimenten:

- Deelname moet gebaseerd zijn op volledige toestemming;
- Deelnemers moeten expliciet worden geïnformeerd dat ze op elk moment kunnen stoppen, zonder consequenties;
- Deelnemers moeten volledig en eerlijk geïnformeerd worden over de ware aard van de studie aan het eind van het experiment.

Slim Samengevat!

- **Social influence** is de manier waarop mensen worden beïnvloed via sociale druk, zowel in gedrag als in gedachten.
- **Conformism** (conformiteit) betekent dat mensen hun visies, meningen of gedrag aanpassen zodat deze overeenkomen met de groepsnormen.
- Er zijn drie belangrijke oorzaken van conformisme:
 - **Normatieve invloed, informationele invloed, en interpersoonlijke invloed.**
- **Private conformiteit** (of **conversie**): wordt veroorzaakt door informationele invloeden. Hierbij veranderen we niet alleen ons gedrag, maar ook echt onze mening over anderen. We geloven dus echt dat de groep gelijk heeft.
- **Public conformiteit** (of **inwilliging**): Hierbij is er sprake van een meer oppervlakkige verandering in gedrag. Mensen reageren op normatieve invloeden door te doen alsof ze het met de groep eens zijn, terwijl ze dat eigenlijk niet zijn, om aardig gevonden te worden.
- Volgens de **social impact theory** van Latané hangt de kracht van invloed af van 3 factoren:
 - Strength: de kracht van de beïnvloeder;
 - Immediacy: de nabijheid van de beïnvloeder;
 - Number; het aantal beïnvloeders.
- **Sociale macht** wordt gezien als het vermogen dat iemand heeft om andere mensen te beïnvloeden, zelfs als die anderen proberen deze invloed te weerstaan.
- Er is sprake van **majority influence** wanneer een grote groep een kleinere groep beïnvloedt.
- Er is sprake van **minority influence** wanneer een kleinere groep een grotere groep beïnvloedt.
- De **power bases** van Milgram:
 - reward power;
 - coercive power;
 - legitimate power;
 - referent power;
 - expert power;
 - informational power;
- **Defiance** is wanneer mensen niet gehoorzamen, maar juist in opstand komen.
- **Power tactics** zijn specifieke strategieën die worden gebruikt om anderen te beïnvloeden en hier voordeel uit te halen. Er zijn hierin zachte en harde tactieken, maar ook rationele en niet rationele tactieken.

Nawoord

Benieuwd naar de hele samenvatting? Ontdek het aanbod op onze website!

Nog meer zelfvertrouwen nodig voor je examen? Overweeg een abonnement en krijg één maand gratis! Zo krijg je alles automatisch op de mat geleverd en uiteraard in onze Slim Academy app. Zo bespaar je al snel meer dan 50% ten opzichte van losse samenvattingen. Ga naar slimacademy.nl en selecteer je opleiding en jaar voor meer informatie.

In onze app kan je:

- Zoeken door al je samenvattingen
- Notities maken
- Tekst highlighten/markeren
- Feedback of fouten meteen doorgeven aan de auteur
- Oefenen met open en gesloten vragen en je eigen score berekenen
- Oefenen met flashcards
- Vakken afronden en je behaalde cijfer toevoegen

Ga naar app.slimacademy.nl of download de Slim Academy app om van start te gaan!

 **Tip:** Gebruik de code **CEDO-ABO** op SlimAcademy.nl en ontvang je **eerste maand gratis** bij een abonnement als je lid bent bij de **Cedo Nulli**!

Vragen? Feedback? Bij ons werken?

Whatsapp ons via **06 81 60 19 60**, mail naar klantenservice@slimacademy.nl of join de Whatsappgroep hieronder om je medestudenten om hulp te vragen!

Blijf verder op de hoogte via TikTok of Instagram **@SlimAcademy.nl** of bezoek onze website.

We wensen je veel succes met studeren en bij het halen van jouw tentamens!

Team Slim Academy

JOIN DE WHATSAPP GROEP

- ✓ Chat met jouw mede-studenten
- ✓ Stel al jouw (studie)vragen aan onze studie-experts
- ✓ Krijg extra oefenvragen om jouw kennis te testen
- ✓ Krijg gratis voorbeeldsamenvattingen



Let op: Nadruk en het delen van de samenvatting met derden is uiteraard verboden. De samenvatting is geschreven naar eigen inzicht van de auteur. Gebruik het daarom als aanvulling op de stof, niet als vervanging.