

Aantekeningen Sociale en cross culturele psychologie college 5

Rode dingen komen sowieso op het tentamen!

Overzicht:

1. Wat zijn attitudes?
2. Sturen attitudes ons gedrag?
3. Attitude- en gedragsveranderingen

1) Wat is een attitude?

“Een mentale en neurale staat van gereedheid, georganiseerd door ervaring dat leidt tot een doel of dynamische invloed op de reactie van het individu tot alle objecten en situaties die ermee te maken hebben.” (Allport, 1935)

Oftewel: Een evaluatie van een ‘object’ (persoon, ding, idee), gebaseerd op informatie uit cognities affect en gedrag. De mentale ‘houding’ ten aanzien van object. In het engels ABC:

A: affection; affectieve component: emoties en gevoelens

B: Behavioral; Gedrags component: gedrag en gedragsintenties

C: Cognitieve component; gedachten en overtuigingen

Voorbeeld) Je wilt een nieuwe auto kopen en vind een groene:

A: emotie; je vind het een leuke auto

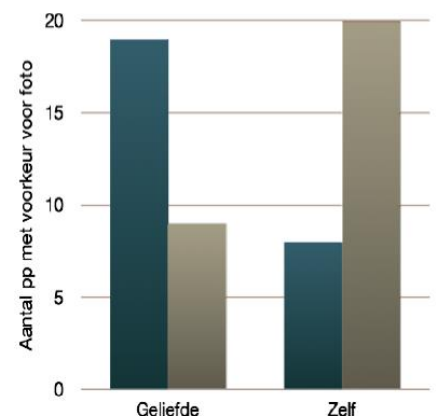
B: gedrag; je koopt altijd dit zelfde merk auto's

C: cognitie; deze auto is klein en dus makkelijk te parkeren. Verder is hij lekker zuinig. Alle drie zijn ze positief; dus je hebt een positieve attitude tot het kopen van deze auto.

Waar komen attitudes vandaan?

- Cognities
 - Centrale verwerking van feiten; vb) uni kiezen; je verzamelt info over de verschillende uni's.
- Affect
 - Ervaring; Mere exposure; straks meer
 - Evaluatieve conditionering; vb) uni kiezen: ouders en vrienden zijn er positief over.
- Gedrag
 - Zelf-perceptie (Bem, 1972); vb) uni kiezen: je leidt uit je keuze af dat je die uni leuk vindt.

Mere exposure effect: Iets wat je vaker ziet / tegenkomt heeft je voorkeur. Bijvoorbeeld: Een onderzoek waarbij mensen foto's te zien kregen van hun partner in spiegelbeeld en normaal en ze moesten zeggen welke foto zij prefereerden. De meeste mensen gaven de voorkeur aan de normale' foto van hun partner, omdat dit de manier is waarop zij hen normaal gesproken zien. Maar een foto van zichzelf was een ander verhaald! Daarbij prefereerden zij een foto waarbij ze zichzelf gespiegeld zagen, omdat ze gewend zijn om zichzelf in spiegelbeeld te zien.

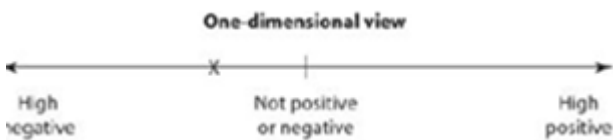


Algemene attitudinale voorkeuren zijn deels affectief (Zajonc) en hebben mogelijk een genetische basis.

Walging, angst voor slangen en spinnen, voorkeur voor de eigen groep, voorkeur voor een aantrekkelijke partner.

Voorbeeld) Insecten vinden de meeste mensen vies. Maar je kunt wel eten kopen gemaakt van insecten; een pizza met wormen erop of een burger gemaakt van meelwormen. Omdat je de wormen op de pizza kunt zien zitten heb je hier een sterkere negatieve attitude tegen.

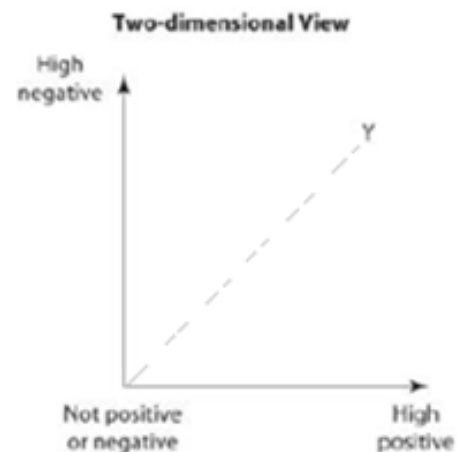
Is een attitude 1 of 2 dimensionaal?



Als je het als 1 dimensie behandelt, is dat lekker makkelijk; "Wie niet voor ons is, is tegen ons". Maar helaas is het niet zo

simpel, dingen zijn niet zo zwart wit en soms zijn we ergens neutraal over. (Geen mening dus).

Daarom kun je beter 2 dimensies nemen, dan kun je een verschil maken tussen een neutrale en een ambivalente attitude. Maar wat is dat dan?! NOU: ambivalent = je hebt er gemengde gevoelens over, in het plaatje de stippellijn. Bijv.) Patat is lekker, maar ongezond... Dus misschien kun je patat eten maar voor de gezondheid toch beter niet.. Oftewel, je twijfelt.



Expliciete en impliciete attitudes

Expliciet: Een attitude die we bewust ervaren en uitspreken, we kiezen ervoor om dit uit te drukken.

Impliciet: Een spontane reactie die bij je opkomt. Dit kan bewust of onbewust gebeuren, vervolgens kun je ervoor kiezen om deze attitude wel of niet uit te drukken.

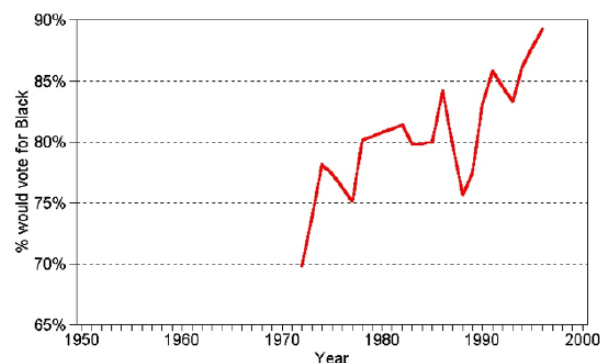
Expliciete en impliciete attitudes komen vaak overeen (onbewuste primaire reactie, bewuste indruk) Maar er kunnen verschillen bestaan tussen deze twee. Dit roept vragen op over attitude metingen en biedt mogelijkheden voor interessant onderzoek.

Bijv.) Een onderzoek onder Amerikanen of ze zouden stemmen op een zwarte president. In de loop van de jaren is dat meer geworden, maar klopt dat wel als je kijkt naar impliciete attitudes? Om dit te doen werd de IAT (Implicit association Test) gebruikt. Proefpersonen moesten woorden in categorieën zetten: blank vs. zwart en goed vs. slecht. Hieruit kwam naar voren dat als ze blank en goed met links moesten koppelen dat dit sneller ging dan wanneer ze zwart en links moesten koppelen. Door het kijken naar deze reactietijden bleek dat impliciet goed en blank dus sneller werden gekoppeld dan goed en zwart.

Dit kan bijvoorbeeld komen doordat de media meer positieve dingen over blanken laat zien en meer negatieve dingen over zwarten.

White attitudes towards Blacks

Would vote for Black for President



Waarom hebben we attitudes?

Attitudes maken de evaluatie van objecten sneller en makkelijker. Vooral als attitudes sterk zijn en gemakkelijk kunnen worden geactiveerd. Je hoeft niet iedere keer vanaf 0 te beginnen en daardoor schelen attitudes je veel energie.

2) Sturen attitudes ons gedrag?

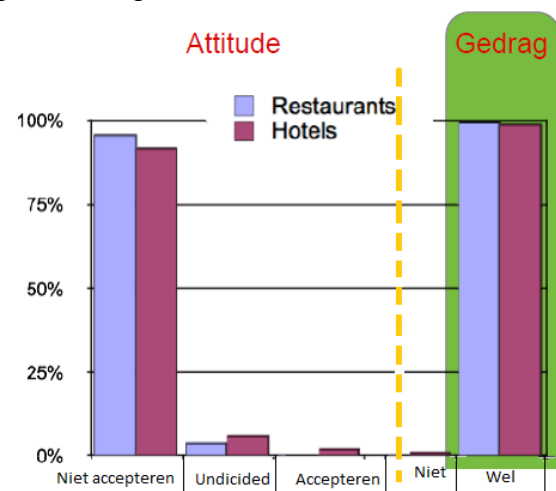
Algemene aanname is dat attitudes de basis vormen voor al het gedrag.

Bedrijven besteden astronomische bedragen aan reclamecampagnes met als doel om attitudes ten aanzien van producten te beïnvloeden.

Politieke partijen volgen wekelijks opinieonderzoek om de stemming onder de bevolking te polsen en om verkiezingsuitslagen te voorspellen. Maar... Hoe goed voorspellen attitudes gedrag?

Bijv.) Een onderzoeker gaat met een Chinees echtpaar op road-trip, in de jaren 30 (in deze tijd was er nog veel discriminatie). Hij belt naar hotels en restaurants en vraagt of zij chinezen zouden toestaan of afwijzen. Vervolgens gaat hij naar de hotels en restaurants toe met dit Chinese echtpaar maar dan blijkt dat het gedrag en de attitude niet overeen komen. Je zou verwachten dat ze bijna overal worden geweigerd, omdat aan de telefoon werd gezegd dat ze zouden worden geweigerd (attitude).

Zoals je in het figuur hiernaast kunt zien. De gele lijn is de scheiding tussen attitude (links dus) en gedrag (rechts).



Attitudes en gedrag.

Als je een discrepantie (als twee dingen niet overeen komen; zoals attitude en gedrag zoals in het voorbeeld hierboven) hebt wil je deze graag oplossen.

Wicker; onderzoek naar de relatie tussen attitudes en gedrag. Alhoewel de twee positief en significant gerelateerd zijn, is de relatie is zeer klein... dit bewijs voor de zwakke relatie tussen attitudes – gedrag leidde tot 2 reacties;

- Attitudes zijn nutteloos (crisis!)
- Attitudes zijn gerelateerd aan gedrag, maar de relatie is complex.

Fishbein en Ajzen zeiden; de vraag is niet OF attitudes gerelateerd zijn aan gedrag, maar WANNEER dit het geval is!

Waar verwacht je een sterke relatie attitude – gedrag?

Attitude – gedrag: Welke van deze denk dat de grootste relatie heeft tussen attitude en gedrag?

- 1) Politieke partij → stemgedrag
- 2) Minderheden → discriminatie
- 3) Voorbehoedsmiddelen → kinderen krijgen
- 4) Bloed / orgaan donatie → bloed of organen krijgen

Als je deze wilt gaan vergelijken moet je wel weten waar het van af hangt. Namelijk:

1. Correspondentie in meting van attitude en gedrag; betere voorspellende waarde bij hogere correspondentie.
 - attitude tegenover voorbehoedsmiddelen en het hebben van kinderen binnen 2 jaar
2. Domein van gedrag.
 - Minderheden discrimineren; door sociale wenselijkheid niet.
 - Bloed geven; grote kost, kunt er slap en niet goed van worden.
3. Sterkte van de attitude
4. Verschillen tussen personen
 - Self-monitoring; als deze hoog is pas je jezelf aan omstandigheden aan. Het gedrag is dan niet consistent als de self-monitoring hoog is.

De beste voorspeller van gedrag heeft dus een hoge correlatie; in dit geval de politieke partij en stemgedrag.

Niet alle attitudes zijn sterk aan gedrag gerelateerd: Specifieke attitudes voorspellen specifiek gedrag heel behoorlijk.

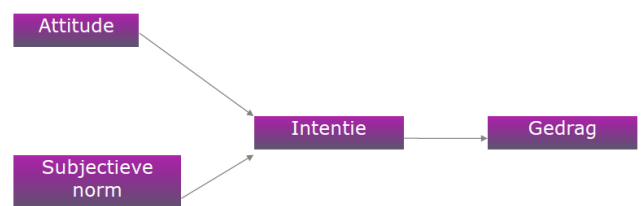
Sterke saillante (dit betekent datgene wat de aandacht trekt en waar we mee verder gaan in ons hoofd) attitudes voorspellen beter dan zwakke attitudes.

Andere variabelen (dus niet alleen attitudes) spelen een rol in de relatie attitude – gedrag

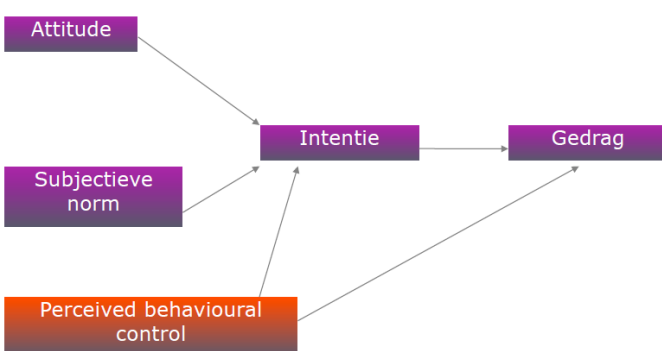
Theory of reasoned action (Fishbein & Ajzen, 1975)

Zij vonden dat gedrag niet alleen afhing van attitude maar dus ook van de subjectieve norm.

Deze twee samen zorgen ervoor dat je een intentie bedenkt / je iets voorneemt. Die uiteindelijk weer invloed heeft op het gedrag.



Theory of planned behavior (Ajzen, 1989)



Ajzen besloot dat er dus nog iets invloed had dit noemde hij 'perceived behavioral control', je monitort je gedrag en de intentie, waardoor je één van de twee kunt aanpassen.

Bijv.) Je wilt gaan stoppen met roken;

1) Attitude: Roken is niet goed voor je.

2) Intentie; ik ga stoppen met roken

3) Gedrag: ik ben gestopt met roken

4) Subjectieve norm: anderen vinden roken slecht

5) Perceived behavior: ik (heb het gevoel dat) ik kan stoppen met roken.

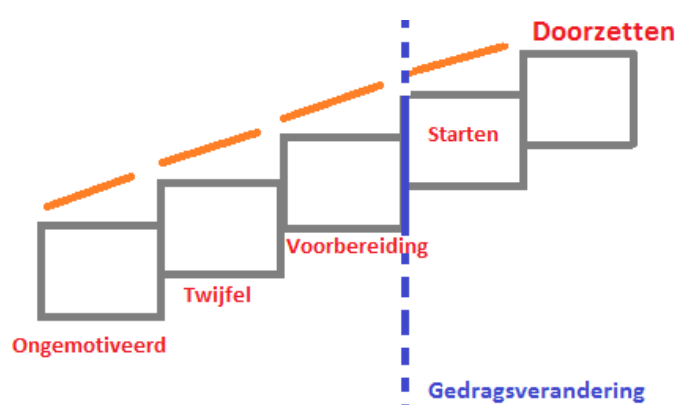
Van intentie naar gedrag: implementatie intenties

Hoe ga je een intentie uitvoeren, hier een concreet / expliciet plan voor maken.

Bijv.) Recyclen in bedrijven; deelnemers worden getraind in implementatie intentie: Maak een plan; wanneer, waar en hoe je oud papier en plastic bekert gaat recyclen. Visualiseer dit en schrijf het op. Bij de bedrijven waarbij dit werd gedaan, bleek dat er minder papier en plastic in de normale prullenbak kwam en mensen dus meer aan recyclen deden. Dit effect bleef minimaal 2 maanden bestaan.

Fases van gedragsverandering, Arie Dijkstra

Er zijn meerdere fases te herkennen. Deze verschillen van elkaar en de informatie is toegesneden op de fase. Je begint in geen gedragsverandering en maakt stappen tot in het gedragsverandering deel.



Conclusie:

Onderzoek met TPB kan de relatie tussen attitudes – gedrag erg goed verklaren.

Attitudes zijn gerelateerd aan intenties tot gedrag

Attitudes zijn niet de enige invloed op intenties: er zijn ook normen en verwachtingen over controle

Dit is niet alleen een theoretische verbetering, het is ook heel erg praktisch gebleken.

3) Attitude- en gedragsverandering

Dit kwam pas na WO II in beeld. De mens werd gezien als rationele denker.

Mens als rationele actor:

Denkend handelen; het gedrag is een keuze. En een keuze is een beslissing gebaseerd op kennis.

Bijv.) Oorlogspropaganda; bedoeling om mensen van een idee te overtuigen.

Overreding: Persuasieve communicatie

Stel mensen bloot aan een persuasieve boodschap

Verschil eigen mening – boodschap?

Goede argumenten?

Als dit allemaal goed is dan leidt dit tot een → Meningsverandering

Het klinkt eenvoudig, maar wat maakt een boodschap persuasief? En wanneer geven mensen eraan toe en wanneer verzetten ze zich?

Persuasion;

Klassiek onderzoek naar persuasieve communicatie bestuurde invloed van 3 factoren (Hovland et al, 1953) : WHO SAYS WHAT TO WHOM (via what channel)

- Wie: Expert vs. niet expert (wie 1)
- Zegt wat: Hoe goed zijn de argumenten; Sterke vs. zwakke argumenten. (wat)
- Tegen wie: Wie is het publiek (wie 2)

Informatie verwerkingsmodel van overreding (McGuire, 1969, 1985)

Verschillende stappen in het overtuigen van mensen: Ze hebben de volgende stappen; aandacht, begrip, zwichten, onthouden (Waar ging het over, hoe veranderde het je mening) → gedrag
KLOPT NIET! Hoe je een boodschap onthoudt, hangt niet samen met of je houding verandert.

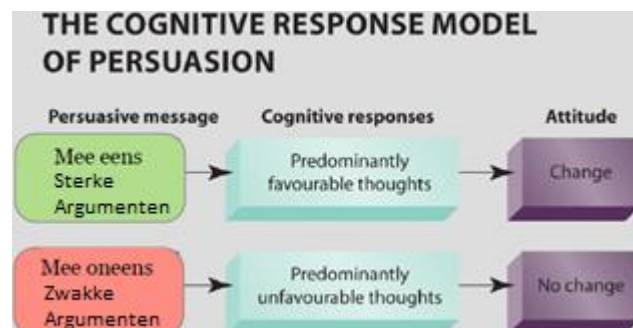
Twijfels aan de 'rationele actor'

Probleem: mensen onthouden de reclameboodschap niet, zelfs niet als de reclame hun gedrag wel beïnvloed.

Elaboratie: De gedachten die een (reclame)boodschap oproepen. (Greenwald & Leavitt, 1984)

Je raakt niet zozeer overtuigd door informatie, maar door elaboratie: Voortborduren op informatie, associaties maken, relatie leggen tot zelfconcept.

De cognitieve responses leiden tot verandering in attitudes.
AKA; de reactie op de boodschap leidt tot verandering in de attitude.



Cognitieve Dissonantie theorie (Festinger, 1957)

Attitudes: (ABC) Affect, gedrag en gedachten zijn niet altijd in overeenstemming.

Als gedrag (B) en cognitie / affect (C + A) verschillen ervaren mensen dissonantie. Een negatieve toestand: het motiveert verandering. Je verandert je gedrag ÓF gedachten.

Verander wat mensen doen en je kunt veranderen wat ze denken.

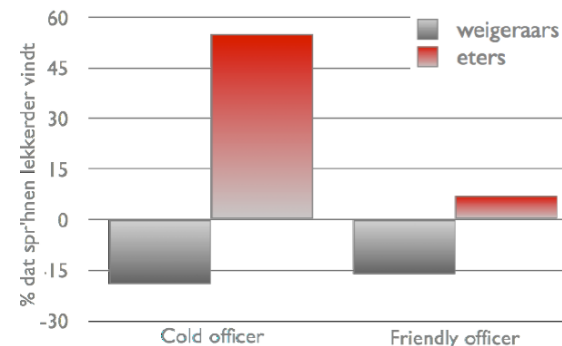
Bijv.) Zimbardo, Ebbesen & Maslach (1977):

Militaire officieren vragen kadetten om een bord gebakken sprinkhanen te eten, iets waar wij in onze cultuur een beetje van walgen. Waren 2 condities; vriendelijk en beleefd of koud en officieel.

Sprinkhanen eten gaat niet van harte; A en B verschillen →

dissonantie. Dit willen ze natuurlijk verminderen, want dissonantie is onprettig. Dus; Vriendelijke conditie: Je kunt het verschillen tussen A en B rationaliseren; hij vroeg het zo aardig daarom at jet het op.

Koude en officiële conditie: Verschil moeilijk verklaarbaar; hij was onaardig maar toch at je het. Dus je verandert je attitude, het gedrag kunnen ze niet meer aanpassen want ze hebben de sprinkhanen al opgegeten. Dus dan moeten ze hun attitude maar aanpassen om de dissonantie te reduceren. (voor ons vrij contra intuïtief; verwachtten



Dissonantie werkt niet altijd. Maar kan leiden tot attitude verandering als mensen:

- Geloven dat ze een vrije keuze hebben gemaakt
- Hun gedrag niet aan externe factoren kunnen toeschrijven
- iets doen of geloven dat belangrijke gevolgen heeft.
 - Niet belangrijk leidt tot minder dissonantie

Moderne visie op attitudeverandering; Als informatie verschaffen niet (altijd) werkt; wat dan wel?

Dual processes (Twee cognitieve processen)

Automatisch	Gecontroleerd
Zonder intentie Zonder bewustzijn Kost geen moeite	Intentioneel en gecontroleerd door het individu (wil) Kost moeite Individu is bewust
Volgen gewoontes, imiteren anderen, gaan af op de eerste indruk en suggesties.	We denken systematisch en bewust na over dingen.

Twee manieren om met info om te gaan volgens boek; Heuristic – systematic model:

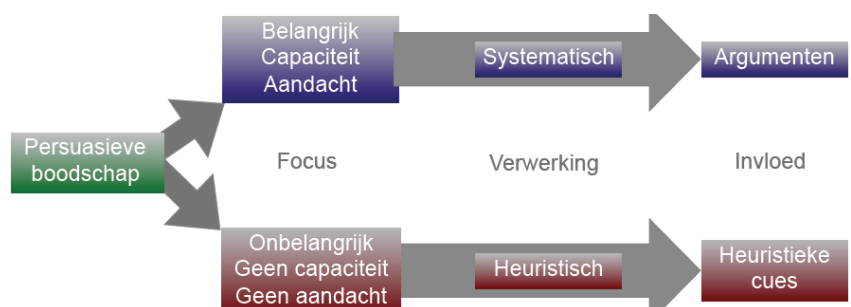
Systematisch; bekijken, analyseren op een rationele manier.

Heuristisch; inhoud niet, maar context / wie geeft de informatie en in welke omstandigheden. Kost veel minder moeite, je gebruikt een soort vuistregels.

Keuze voor welk model hangt af van de motivatie die je hebt: Als beslissing belangrijk is dan maken gebruik van systematisch. Ook capaciteit; genoeg cognitieve energie.

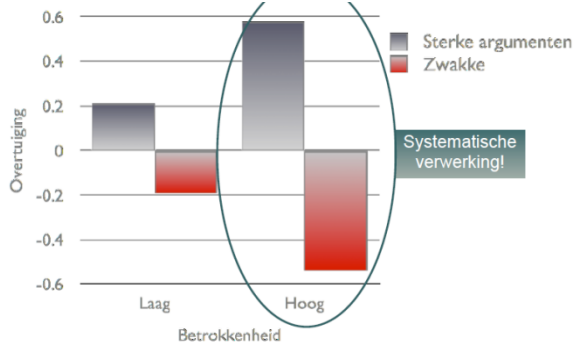
Zie plaatje;

Heuristische cues → hebben niet met de inhoud te maken, maar met wie het zegt

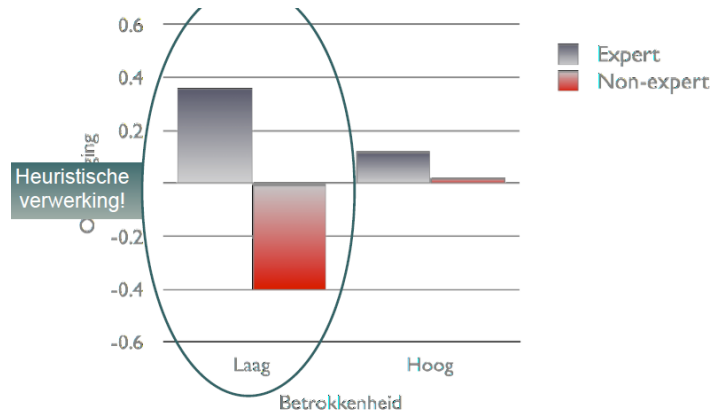


Bijv.) Studenten kunnen overtuigen noodzaak nieuwe examenregeling. Argumenten kwam van expert / niet expert. Sterke of zwakke argumenten. Hun persoonlijk raken of pas over ong. 10 jaar ingaan.

Bron: mensen met een lage betrokkenheid; dan expert belangrijk. Bij hoge betrokkenheid niet veel effect. → heuristische



Sterke / zwakke argumenten: Als betrokkenheid hoog is, dan hebben de soort argumenten meer effect. → systematisch



Conclusie:

Vroeger werd gedacht dat; overreding door kenmerken werkte

- Inhoud van de boodschap
- Zender
- Ontvanger

Nu ook aandacht voor andere dingen: systematisch / heuristische verwerking.

- Systematisch als: Belangrijk, capaciteit, aandacht
- Heuristisch: onbelangrijk, geen capaciteit, geen aandacht.