

Sociale en crosscult college 8

Interpersoonlijke relaties

1. Inleiding
2. Achtergrond
3. Aantrekking en relaties vormen
4. Relaties
5. Communicatie

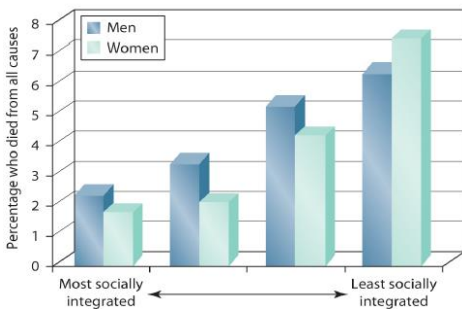
1. Inleiding

Stel je moet het ziekenhuis in, en krijgt de keuze; kamer alleen of delen met een ander; wat heeft dan je voorkeur?

Uit onderzoek blijkt dat mensen die op een gedeelde kamer liggen minder lang in het ziekenhuis moeten blijven om te herstellen. Patiënten die herstelden na een bypass operatie zonder kamergenoot moesten 10 dagen blijven, terwijl mensen die samen met een andere hartpatiënt lagen slechts 7.3 dagen moesten blijven.

Stel je moet de gevangenis in en krijgt de keuze: cel alleen of cel delen met een ander; wat heeft dan je voorkeur?

Hier blijkt dat gevangenen in isolatie; die geen interactie en geen contact hebben met anderen hier ernstige psychologie gevolgen van ondergaan. Depressie, piekeren, apathie, angst, paranoia, het verlies



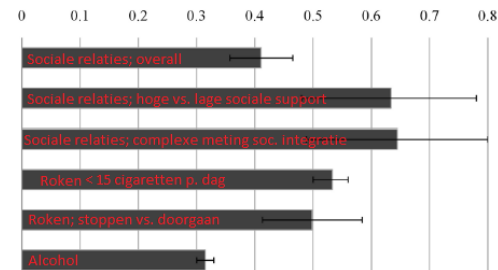
van realiteit, zelfmutilatie en agressie.

Uit deze voorbeelden kun je al wel halen dat het voor mensen erg goed is om samen te zijn.

Mensen die het minst sociaal geïntegreerd zijn gaan eerder dood.

Beter nog; het blijkt dat sociale relaties net als vastgestelde dingen zoals roken, een enorme invloed hebben op de kans om te overlijden.

Waarbij de grootste voorspeller de sociale integratie is.



Waarom werkt sociale integratie?

Je hebt sociale steun;

- Emotionele steun; begrip, je opvrolijken
- Instrumentele steun; praktisch

De persoon die steun krijgt vertoont meer gezond gedrag. Hij heeft een directe buffer voor stress, je weet dat anderen je kunnen en willen helpen als je in een moeilijke situatie zit. (research close-up 11.1)



2. Achtergrond

Affiliatie en 'need to belong'

Zouden jullie het erg vinden om uitgesloten te worden door; Goede vrienden, familie, andere psychologie studenten, mensen die niet kent, leden van een extreem rechtse politieke partij?

Het blijkt van wel. Het is universeel (in alle culturen dus) dat mensen een need to belong hebben. Dit kwam omdat we evolutionair gezien: afhankelijk zijn van de groep.

Vb.) buitengesloten worden is heel erg pijnlijk. Bij een onderzoek naar 'verbanning / uitsluiting' dat het zelfs geldt voor onbetekenende groepen. Zoals het spel cyberball, hierbij zit je een spelletje te doen op de pc met 2 anderen. Jullie gooien een bal over en op een gegeven moment krijg jij de bal niet meer maar gooien ze enkel nog met elkaar over.

Het blijkt dat bij proefpersonen die werden buitengesloten dezelfde hersengebieden activeren als bij fysieke pijn. Zelfs wanneer je wordt buitengesloten door een groep die je haat; zoals de KKK, dan nog gebeurt dit!

Dus: mensen zijn sociale wezens en affiliatie is een primaire levensbehoefte. Niet iedereen is hier even goed in en niet iedereen heeft het op dezelfde manier nodig.

Het vermogen tot affiliatie

Hechtingsstijlen van Bowlby (ook gehad met ontwikkelingspsy)
 Heeft 2 dimensies en je kunt 4 stijlen onderscheiden. Let wel op! Deze zijn enkel vast gesteld als idee geveer; je kunt in meer of mindere mate bij een bepaalde dimensie horen; het zijn continue dimensies.



De 4 stijlen:

Hechtingsstijl	Uitleg
Zeker	Sociabel +, zelfvertrouwen +; Behoeftte aan interactie en genoeg vertrouwen.
Angstig – gepreoccupeerd	Sociabel +, zelfvertrouwen -; Willen interactie maar zijn bang om verlaten te worden.
Angstig – ontwijkend	Sociabel -, zelfvertrouwen - Hoge vermijding, bang om verlaten te worden.
Afwijzend	Sociabel -, zelfvertrouwen +; Geen behoefte aan intimiteit

3. Aantrekking en relaties vormen

Een eerste indruk gebeurt heel snel en heeft een erg sterke invloed. Maar hoe kom je vanaf deze naar een vriendschap of een liefdesrelatie.. Er zijn 5 dingen die hier invloed op hebben.

Eerste kennismaking { 1. Nabijheid
2. Frequentie van blootstelling
3. Fysieke aantrekkelijkheid

Relatie { 4. Gelijkheid (attitudes, andere kenmerken)
5. Wederkerigheid

1. *Nabijheid*: Mensen krijgen meestal relaties met anderen waar ze dicht bij wonen, mee samenwerken, dicht bij zitten in de klas, etc.

Vb.) Huis waarbij mensen het toilet moesten delen. Dit leidde tot betere interpersoonlijke relaties en een hoger welbevinden. Mensen kwamen elkaar namelijk vaker tegen op de gang als ze naar het toilet moesten en gingen hierdoor vaker gesprekken aan.

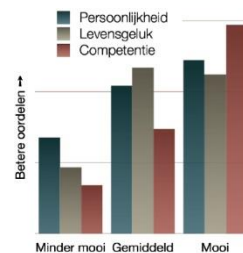
2. *Frequentie*: Herhaalde blootstelling aan dezelfde persoon; hoe beter we iemand kennen, hoe aantrekkelijker we deze persoon vinden. Dit geldt niet alleen voor personen maar bijv. ook voor Chinese karakters, auto's etc. Dit heet het mere exposure effect.

Vb.) Mensen bekijken foto's van zichzelf en een goede vriendin. De foto van zichzelf zien ze liever de gespiegelde versie. Bij de foto van de goede vriendin liever de 'normale'.

3. *Fysieke aantrekkelijkheid*: Uiterlijke kenmerken die iemand "mooi" maken. Een gemiddeld gezicht (morphing) wordt mooier gevonden. Deze zijn namelijk meer symmetrisch en hebben een gaver huid. Wat we mooi vinden is voor mannen en vrouwen voor een groot deel hetzelfde. Maar er zijn 2 dingen die verschillen. Mannen vinden het mooier als vrouwen ogen hebben die verder uit elkaar staan en een smallere neus hebben. Andersom vinden vrouwen het mooier als mannen boven breder gezicht hebben dan onder en een duidelijke kaaklijn. Verder vinden mannen het aantrekkelijker als vrouwen een meer zandloperfiguur hebben, een bepaalde waist-to-hip ratio dus.

Vb.) Ppn kijken naar foto's van mensen; minder mooi (lelijk dus), gemiddeld en mooi. Vervolgens moeten ze beoordelen op persoonlijkheid, levensgeluk en competentie. Hieruit bleek dat mooie mensen gemiddeld beter werden beoordeeld. "beautiful = good" stereotype. Dit is ook wel het 'Halo effect'; als iemand een opvallend positief kenmerk heeft dan beïnvloedt dit het oordeel over de hele persoon. Deze stereotyperingen kunnen leiden tot een self-fulfilling prophecy.

Vb.) Ppn; man pp voert een telefoon gesprek met een vrouw. Hij denkt dat zij aantrekkelijk / onaantrekkelijk is. Een onafhankelijke persoon hoort alleen de vrouw. Resultaat; Als de man denkt dat hij met een aantrekkelijke vrouw praat, dan gedraagt zij zich ook meer vriendelijk, extravert, sociaal, etc.



4. *Gelijkheid*: Similarity-dissimilarity effect: Mensen willen graag gelijk zijn. Proportie overeenkomsten voorspelt de aantrekkingskracht, dit is lineair. Hoe meer overeenkomsten, hoe aantrekkelijker.

Vb.) als je depressief bent dan praat je liever met een depressieve ander. Of als je in een wachtkamer zit en verwacht dat je straks schokken krijgt in een experiment dan zit je liever met iemand die ook angstig is dan gezelschap van iemand anders. Similarity-attraction effect is sterk: er zijn slechts weinig uitzonderingen. Behalve! Dominantie: als je dominant bent dan heb je liever iemand dat niet is en andersom hetzelfde.

Vb.) Mensen laten praten met 2 personen; een nam een dominante houding aan, breed uit zitten met de ellebogen uit elkaar, of juist niet, met de elleboden smal en de handen op schoot. Dominante proefpersonen vonden de onderdanige handlanger aardiger en onderdanige proefpersonen vonden de dominantere handlanger aardiger. Dominant en onderdanig complementeren elkaar en dit leidt tot een betere interactie.

5. *Wederkerigheid*: mensen zijn op zoek naar een balans in hun relaties. Relaties volgen het reciprociteits-principe. Dat wat je krijgt van de ander, geef je terug. Je verwacht dat wat jij erin stopt ook terug zult krijgen, maar als je alleen maar geeft en niks terugkrijgt dan leidt dat vaak tot irritatie.

4. Relaties

Romantische relaties; 2 delen; A) Liefde B) Stabiliteit van relaties

Echte liefde bestaat, mensen offeren veel op voor anderen, met liefde. De significant ander is onderdeel van jezelf.

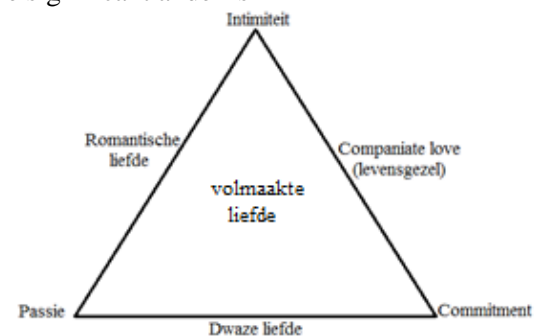
Sternberg's triangular model

Intimiteit: verbondenheid

Passie: fysieke aantrekkelijkheid, romantiek, seksueel

Commitment (toewijding): ervoor kiezen een lange relatie aan te gaan.

(Enkel intimiteit = liking. Enkel commitment = lege liefde. Enkel passie = infatuatie (verzothed))



Stabiliteit van relaties

Exchange theorieën: economisch perspectief: Mensen proberen 'winst' in een relatie te maximaliseren. Ze maken een kosten-baten analyse in uitwisseling van 'recourses'. Kosten en baten van een relatie bepalen de beslissingen over relatie. Hierbij zijn 3 dingen belangrijk: Equity theory, Comparison level, Quality of alternatives.

Equity theory: Mensen streven niet naar gelijkheid, maar naar billijkheid (equity). Bij billijkheid is de ratio inputs en output gelijk. Mensen zijn tevreden in relaties waarin beide reatio's in balans zijn. Dit klinkt heel logisch, maar het werkt niet zo. Het gevoel dat je veel uit je relatie haalt voorspelt de tevredenheid, maar dat gevoel is niet de uitkomst van een kosten-baten analyse.

Vb.) Appie en annie. Ze halen niet beiden evenveel uit de relatie, maar wel evenveel uit de relatie als ze er persoonlijk instoppen, dus billijkheid.

Comparison level: Verwachtingen

De "opbrengst" uit de relatie wordt afgezet tegen verwachting. Deze verwachtingen zijn gebaseerd op vorige relaties. Opbrengst \geq verwachtingen \rightarrow commitment

Ook wordt er vergeleken met alternatieven. Verwachtingen \geq verwachtingen alt. \rightarrow commitment

Rusbult voegt toe dat commitment toeneemt als reeds meer is geïnvesteerd in de relatie.

Investment model:

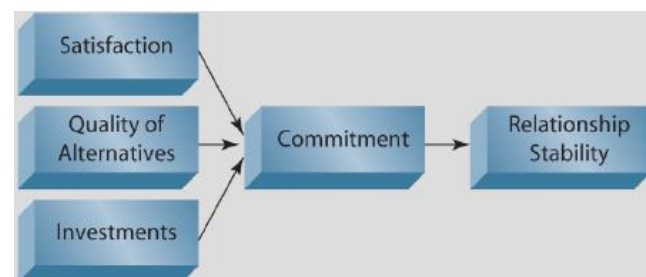
Vb) Misbruik binnen relaties. Waarom blijven vrouwen soms bij een partner die hen misbruikt?

Satisfaction; heb je nog positieve gevoelens voor partner?

Alternatives: transport, opleiding, inkomen, ander

Investment: duur v.d. relatie, kinderen

Commitment: Ben je van plan om weg te gaan bij partner?



5. Communicatie

Communicatie in (langdurige) relaties is erg belangrijk. De volgende dingen houden de relatie goed:

- Disclosure: dingen vertellen (die niemand anders weet)
- Reciprociteit: communicatie en disclosure van de ander spiegelen
- Responsiveness (responsief, meelevend): Goed luisteren, aandacht voor de behoefte van de ander

Disclosure en responsiveness voorspellen intimiteit in de relatie! Kijk hiervoor vooral ook even in het boek!

In een relatie tolereer je slecht gedrag eerder en moet je elkaar kunnen vergeven als je iets verkeerd doet.

Internet

Internet is een handig medium om relaties mee te onderhouden. Niet alleen oppervlakkige "weak ties," maar ook intiem en langdurig, omdat internet "hyper-persoonlijk" kan zijn. Dit kan door strategische zelf-presentatie, meer openheid of "self-disclosure" (=ontboezemingen) en de mogelijkheid tot communicatie met meerdere mensen tegelijkertijd.

Toch leidt dit niet tot een groter sociaal netwerk. Mensen gebruiken online sociale netwerken vooral om bestaande netwerken in stand te houden. We hebben namelijk cognitieve beperking op het hebben van groot aantal sterke relaties.

Via internet een romantische relatie aangaan is ook erg nieuw; tinder bijv. Het succes van internetdaten lijkt toch erg beperkt. Misschien ontbreekt belangrijke info zoals; geur → dit is een belangrijke biologische factor in hoe aantrekkelijk we iemand vinden.