S&P 4HW

Hoofdstuk 6: Sociale cognitie

Een vrouw komt een kamer binnen en haalt twee kinderen weg. De nanny, denkt bijna iedereen. Ze is hun moeder.

We oordelen elke dag over andere mensen, in een fractie van een seconde: op hun uiterlijk, op hoe ze praten, op de groep waar ze bij horen. In dit hoofdstuk ontdek je hoe je hersenen dat doen, waarom ze zich daarbij zo vaak vergissen, en hoe een vooroordeel ontstaat en blijft hangen.

Wat moet je kunnen?

- ✓ Uitleggen wat sociale cognitie is, en het verschil tussen observeren en interpreteren herkennen.
- ✓ Cognitieve schema's en de impliciete persoonlijkheidstheorie uitleggen en herkennen.
- ✓ Het primacy-effect, centrale kenmerken, het halo-effect, het horneffect en het negativiteitseffect uitleggen en herkennen.
- ✓ Interne en externe attributies en de attributiefouten uitleggen en herkennen.
- ✓ Ingroup en outgroup, ingroupfavoritisme, outgrouphomogeniteit en stereotypen uitleggen en herkennen.
- ✓ Het verschil tussen een stereotype en een vooroordeel uitleggen, en de oorzaken van vooroordelen herkennen.
- ✓ Subcategorisering, de confirmation bias en de selffulfilling prophecy uitleggen en herkennen.
- ✓ Uitleggen waarom onderzoek herhaald wordt, wat de replicatiecrisis is, en hoe onderzoekers hun onderzoek betrouwbaarder maken.

Inhoud

1. Les 1: Kijken en oordelen
2. Les 2: De eerste indruk
3. Les 3: Wat het eerst komt, telt het zwaarst
4. Les 4: Waarom deed hij dat?
5. Les 5: Wij en zij
6. Les 6: Vooroordelen
7. Les 7: Hardnekkige meningen
8. Les 8: Kun je het nog eens? Onderzoek herhalen

Vaktermen

Les 1: Kijken en oordelen

Wat moet je kunnen?

- ✓ Uitleggen wat sociale cognitie is
- ✓ De weg van een prikkel naar een waarneming beschrijven
- ✓ Het verschil tussen observeren en interpreteren uitleggen, en herkennen hoe snel we interpreteren

Wat denk jij?

Een professor geeft vanuit zijn bureau thuis een live interview aan een nieuwszender. Plots gaat de deur achter hem open: zijn dochtertje danst binnen, gevolgd door een baby in een loopstoeltje. Enkele seconden later stormt een vrouw de kamer binnen. Ze sleurt de kinderen in paniek mee naar buiten, en kruipt op handen en voeten terug om de deur dicht te doen.

Vraag 1 **Wie is volgens jou die vrouw? Waarom denk je dat?**

1. Iedereen heeft vooroordelen.
2. Ik merk dat anderen mij beoordelen op mijn uiterlijk.
3. Aan iemands stijl (kleren, kapsel ...) kan ik zien wat voor persoon het is.
4. Ik ben me bewust van mijn eigen vooroordelen.
5. Als ik eenmaal een mening over iemand heb, is het moeilijk om die nog te veranderen.
6. Ik heb al gemerkt dat mijn eerste indruk van iemand niet altijd klopt.

Vraag 2 **Ben je het eens of oneens met elke stelling? Kies er één, en leg uit waarom.**

Sociale cognitie

Elke dag zie je tientallen mensen: op de tram, in de klas, online. Zonder dat je het merkt, vorm je over elk van hen een beeld: sympathiek of niet, slim of niet, te vertrouwen of niet. Hoe dat gebeurt, heet sociale cognitie.

> **DEFINITIE**
> **Sociale cognitie** is de manier waarop we informatie over andere mensen waarnemen, ordenen en interpreteren: hoe we ons een beeld vormen van anderen, en hun gedrag verklaren.

Je kent een deel al uit hoofdstuk 1: je referentiekader kleurt hoe je kijkt. In dit hoofdstuk gaan we dieper: welke **mechanismen** spelen er, telkens als je iemand ziet?

Van prikkel naar waarneming

Waarnemen lijkt eenvoudig: je kijkt, en je ziet. Maar onderweg gebeurt veel.

1. Een **prikkel** (licht, geluid, een smaak) bereikt een **zintuig**.
2. Het zintuig zet de prikkel om in een signaal, dat via de **zenuwbanen** naar de hersenen gaat.
3. In de **thalamus**, een schakelstation diep in de hersenen, wordt het signaal doorgestuurd.
4. In de **hersenschors** (cortex) wordt het signaal verwerkt, en krijgt het een **betekenis**: "dat is een vrouw die kinderen weghaalt".

Bij die laatste stap gebruiken je hersenen alles wat ze al weten: je ervaringen, je verwachtingen, je referentiekader. Daarom zien twee mensen nooit precies hetzelfde.

Observeren en interpreteren

Je kent het verschil uit hoofdstuk 2 (les 8):

- **observeren** is beschrijven wat je ziet en hoort: "een vrouw komt binnen, en neemt twee kinderen mee";
- **interpreteren** is er een betekenis aan geven: "de nanny haalt de kinderen weg".

Het lastige is dat de stap van observeren naar interpreteren bijna altijd **automatisch** gebeurt, in een fractie van een seconde. Je merkt pas dat je interpreteerde, als je interpretatie fout blijkt. De volgende lessen tonen welke "snelwegen" je hersenen daarbij nemen.

Oefenen

Vraag 3 **Is dit een observatie of een interpretatie?**

Kies uit: Interpretatie · Observatie

1. De man in het kostuum kijkt op zijn horloge.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

2. De man in het kostuum heeft haast.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

3. Het meisje met de hoofddoek zit alleen op de bank.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

4. Het meisje wordt buitengesloten.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

5. De jongen draagt een trainingspak en een pet.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

6. De jongen is een hangjongere.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

Les 2: De eerste indruk

Wat moet je kunnen?

- ✓ Uitleggen wat een cognitief schema is, en waarom we ze nodig hebben
- ✓ De impliciete persoonlijkheidstheorie uitleggen, en herkennen in voorbeelden
- ✓ Uitleggen waarom een eerste indruk soms klopt, maar vaak niet

Wat denk jij?

Vraag 1 **Vul aan met het eerste wat in je opkomt. "Wie zwaarlijvig is, is ook ..." "Wie veel tatoeages heeft, is ook ..." "Wie een bril draagt, is ook ..." "Wie een hoofddoek draagt, is ook ..."**

Cognitieve schema's

Je hersenen krijgen elke seconde heel veel informatie. Om niet overspoeld te worden, gebruiken ze **schema's**: vaste ideeën over hoe dingen en mensen meestal zijn.

> **Definitie**
> Een **cognitief schema** is een geordend geheel van kennis en verwachtingen over een persoon, een groep of een situatie, waarmee je nieuwe informatie snel kunt verwerken.

Schema's zijn **nuttig**: als je een restaurant binnenstapt, weet je zonder nadenken dat je moet wachten tot iemand je een tafel wijst. Maar ze kunnen je ook **misleiden**.

In 2007 deed de Amerikaanse krant The Washington Post een experiment. De wereldberoemde violist Joshua Bell, die concertzalen doet vollopen, speelde 43 minuten in een metrostation in Washington, in gewone kleren, op een viool van miljoenen dollars. Meer dan duizend mensen liepen voorbij. Zeven bleven even staan luisteren. Hij verdiende ongeveer 32 dollar.

Een violist in een **concertzaal**, in een kostuum, moet wel getalenteerd zijn. Een **straatmuzikant** in gewone kleren past in een ander schema: "die is vast niet zo goed". De **context** bepaalde wat mensen hoorden.

De impliciete persoonlijkheidstheorie

Een belangrijk soort schema gaat over persoonlijkheid. We hebben in ons hoofd een "theorie" over welke kenmerken samengaan: wie een bril draagt, is slim; wie lacht, is vriendelijk; wie stil is, is verlegen. Die theorie gebruiken we zonder het te merken.

> **DEFINITIE**
> De **impliciete persoonlijkheidstheorie** is een verzameling cognitieve schema's waarmee we snel oordelen over iemands hele persoonlijkheid, op basis van één of enkele kenmerken: het uiterlijk, de taal of het gedrag.

Klopt zo'n eerste indruk soms? Ja. Onderzoekers lieten mensen foto's beoordelen van onbekenden. Sommige kenmerken, zoals of iemand **extravert** is, schatten ze vrij goed in, vooral aan de houding en de glimlach. Maar voor veel andere kenmerken zaten ze er vaak naast. En vooral: wie een vooroordeel heeft over een groep, ziet in de foto wat hij verwacht.

Een klas krijgt een portretfoto te zien van een vrouw met een donkere huidskleur, in een elegant kleed, met opgestoken haar. De leerlingen moeten raden wat haar beroep is. Ze antwoorden onder andere: "kapster", "schoonmaakster", "zangeres", "secretaresse". In werkelijkheid is ze advocaat en parlementslid.

Vraag 2 **Leg met de impliciete persoonlijkheidstheorie uit hoe de leerlingen tot hun antwoorden kwamen. Wat zegt het over hun cognitieve schema's?**

Oefenen

Vraag 3 **Denk aan iemand van wie je eerste indruk helemaal fout bleek. Wat was je eerste indruk, waarop baseerde je die, en wat bleek later?**

Les 3: Wat het eerst komt, telt het zwaarst

Wat moet je kunnen?

- ✓ Het primacy-effect uitleggen, met het onderzoek van Asch
- ✓ Uitleggen wat een centraal kenmerk is, en waarom warmte en competentie zo belangrijk zijn
- ✓ Het halo-effect, het horneffect en het negativiteitseffect herkennen in voorbeelden

Wat denk jij?

Je leerkracht deelt de klas in twee groepen. Elke groep krijgt een rij woorden die één persoon beschrijft.

- Groep A: **intelligent, ijverig, impulsief, kritisch, koppig, jaloers**
- Groep B: **jaloers, koppig, kritisch, impulsief, ijverig, intelligent**

Vraag 1 **Lees jouw rij. Geef op een schaal van 1 (heel negatief) tot 10 (heel positief) aan welke indruk je van die persoon hebt. Vergelijk daarna het gemiddelde van groep A en groep B.**

Het primacy-effect

Definitie

Het **primacy-effect** betekent dat de eerste informatie die je over iemand krijgt, een grote invloed heeft op je algemene beeld van die persoon.

De Amerikaanse psycholoog Solomon Asch toonde dat al in 1946, met precies het experiment dat je net deed. Later onderzoek bevestigde het telkens opnieuw. Daarom is de eerste minuut van een sollicitatiegesprek zo belangrijk, en is de eerste indruk die een nieuwe leerling maakt, moeilijk weer weg te werken.

Centrale kenmerken

Niet elk kenmerk weegt even zwaar. In een ander experiment gaf Asch twee groepen een bijna gelijke lijst kenmerken. Het enige verschil: bij de ene stond "warm", bij de andere "koud". Dat ene woord veranderde de hele indruk: de "warme" persoon vonden ze ook gelukkiger, grappiger en edelmoediger.

DEFINITIE

Een **centraal kenmerk** is een kenmerk dat zo opvallend is, dat het een heel sterke invloed heeft op ons hele beeld van een persoon.

Twee centrale kenmerken springen eruit. Vanuit de evolutie is dat logisch: wie een vreemde tegenkomt, moet twee dingen snel weten.

- **Warmte**: is deze persoon een vriend of een vijand?
- **Competentie**: kan deze persoon iets, kan hij me helpen?

Ook een **verzorgd en aantrekkelijk uiterlijk** werkt als centraal kenmerk: wie er verzorgd uitziet, wordt betrouwbaarder gevonden, en sneller geholpen.

Halo, horn en negativiteit

Halo-effect	één positief kenmerk kleurt je hele beeld van iemand positief. Bijvoorbeeld: een knappe, goedgeklede leerling lijkt ook slimmer en eerlijker.
Horneffect	één negatief kenmerk kleurt je hele beeld van iemand negatief. Bijvoorbeeld: iemand met slordige kleren lijkt ook onbetrouwbaar en lui.
Negativiteitseffect	negatieve informatie over iemand weegt zwaarder dan positieve. Bijvoorbeeld: één roddel over een klasgenoot blijft langer hangen dan tien complimenten.

"Halo" is de stralenkrans rond het hoofd van een heilige; "horn" de hoorns van de duivel.

Oefenen

Vraag 2 **Welk effect zie je hier?**

Kies uit: Halo-effect · Horneffect · Negativiteitseffect · Primacy-effect

1. Een leerkracht vindt de beste voetballer van de school ook een goede leerling, zonder zijn punten te kennen.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

2. Een sollicitant komt te laat binnen. De interviewer vindt daarna al zijn antwoorden zwak.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

3. Na negen goede beoordelingen en één slechte, onthoudt een restaurant vooral die ene slechte.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

4. Een nieuwe collega stelt zich voor als "behulpzaam en grappig". Iedereen vindt haar meteen sympathiek, nog voor ze iets gedaan heeft.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

Les 4: Waarom deed hij dat?

Wat moet je kunnen?

- ✓ Interne en externe attributies herkennen, en uitleggen welk gevolg ze hebben
- ✓ De fundamentele attributiefout en het tweestappenmodel uitleggen
- ✓ De self-serving bias en het actor-observatoreffect herkennen in voorbeelden

Wat denk jij?

Vraag 1 **Stel: je komt te laat op school. Op het secretariaat vragen ze waarom. Wat zeg je? En als een klasgenoot te laat komt: wat denk jij dan?**

Intern of extern?

Telkens als iemand iets doet, vraag je je (meestal onbewust) af: waarom? Die verklaring heet een **causale attributie**.

Interne attributie	je zoekt de oorzaak van gedrag in de **persoon** zelf: zijn karakter, zijn inzet, zijn bedoelingen. Bijvoorbeeld: "Lily heeft haar huiswerk niet gemaakt, want ze is lui."
Externe attributie	je zoekt de oorzaak **buiten** de persoon: in de situatie of de omstandigheden. Bijvoorbeeld: "Lily heeft haar huiswerk niet gemaakt, want ze moest voor haar zieke broertje zorgen."

In bijna elke situatie zijn **beide** verklaringen mogelijk. Welke je kiest, heeft grote **gevolgen** voor hoe je de ander behandelt. Wie denkt dat Lily lui is, wordt boos. Wie denkt dat ze voor haar broertje moest zorgen, heeft begrip, en biedt misschien hulp aan.

Attributiefouten

Een leerkracht ziet een leerling geeuwen in de les. Wat denkt hij?

1. "Die leerling is niet geïnteresseerd."
2. "Die leerling heeft vannacht slecht geslapen."
3. "Ik geef een saaie les."

De meeste mensen kiezen het eerste antwoord: ze zoeken de oorzaak in de **persoon**, ook als dat niet terecht is.

> **DEFINITIE**
> De **fundamentele attributiefout** is de neiging om het gedrag van anderen te verklaren door hun persoonlijkheid (intern), en de invloed van de situatie (extern) te onderschatten.

Hoe komt dat? Volgens het **tweestappenmodel** gaat het in twee stappen. Eerst geef je **automatisch en zonder nadenken** een interne verklaring. Pas daarna, als je er tijd en energie voor hebt, kijk je naar de situatie, en pas je je oordeel misschien aan. Die tweede stap vraagt moeite: je komt er niet altijd aan toe, zeker niet als je moe of gehaast bent.

Maar wat als de leerkracht zelf in het spel is? Dan kiest hij zelden het derde antwoord ("ik geef een saaie les"). Haalt de hele klas goede punten, dan denkt hij wel dat het aan hem ligt.

Self-serving bias	de neiging om je eigen **succes** toe te schrijven aan jezelf (intern), en je eigen **falen** aan de omstandigheden (extern). Bijvoorbeeld: "Ik had een 9 omdat ik goed gestudeerd had. Ik had een 4 omdat de toets veel te moeilijk was."
Actor-observatoreffect	je eigen gedrag verklaar je vooral **extern** (door de situatie), het gedrag van anderen vooral **intern** (door hun persoon). Bijvoorbeeld: "Ik kom te laat door de tram. Hij komt te laat omdat hij slordig is."

Waarom doen we dat?

- Bij ons **eigen** gedrag kennen we de omstandigheden: we weten dat de tram vertraging had. Bij anderen zien we alleen het gedrag.
- Het **beschermt ons zelfbeeld** (hoofdstuk 3: de waarderingsbehoefte) als we mislukkingen aan de situatie wijten.

Oefenen

Vraag 2 **Welke attributie of welke attributiefout herken je?**

Kies uit: Actor-observatoreffect · Externe attributie · Fundamentele attributiefout · Interne attributie · Self-serving bias

1. "Hij zakte voor zijn rijexamen omdat hij gewoon geen talent heeft."

   Antwoord: _____ Waarom? _____

2. "Ze kwam te laat omdat de brug openstond."

   Antwoord: _____ Waarom? _____

3. "We wonnen de match door onze goede techniek. We verloren door de scheidsrechter."

   Antwoord: _____ Waarom? _____

4. "Ik riep omdat ik gestrest was. Zij riep omdat ze een agressief type is."

   Antwoord: _____ Waarom? _____

5. Een automobilist snijdt je af. Je denkt meteen: "Wat een egoïst!" Je denkt niet dat hij misschien naar het ziekenhuis moet.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

Vraag 3 **Denk aan een conflict dat je onlangs had. Hoe verklaarde jij toen het gedrag van de ander? Bedenk nu een externe verklaring voor hetzelfde gedrag. Verandert dat iets aan hoe je over het conflict denkt?**

_____

_____

_____

Les 5: Wij en zij

Wat moet je kunnen?

- ✓ Ingroup en outgroup uitleggen, met ingroupfavoritisme en outgrouphomogeniteit
- ✓ Uitleggen wat een stereotype is, en hoe stereotypen ontstaan

Wat denk jij?

Vraag 1 **Noem drie groepen waar jij bij hoort. Noem daarna een groep waar je niet bij hoort. Wat valt je op als je die groep beschrijft?**

Ingroup en outgroup

Om de wereld overzichtelijk te houden, delen we mensen voortdurend in groepen in: jong en oud, jongens en meisjes, onze school en die andere school. Dat heet sociale categorisering.

Ingroup	de groep van mensen waarmee je jezelf identificeert, en waar je deel van uitmaakt. Bijvoorbeeld: je klas, je ploeg, je familie, mensen met dezelfde afkomst.
Outgroup	iedereen die niet tot je ingroup behoort.

Die indeling heeft twee gevolgen.

Ingroupfavoritisme	je ziet je eigen groep als beter, en behandelt haar leden gunstiger. Bijvoorbeeld: een scheidsrechter die (onbewust) vaker voor zijn eigen ploeg fluit.
Outgrouphomogeniteit	je denkt dat alle leden van de outgroup op elkaar lijken, terwijl je in je eigen groep veel verschillen ziet. Bijvoorbeeld: "Leerkrachten zijn allemaal hetzelfde." "Die van het zesde jaar denken allemaal dat ze de baas zijn."

Hoe snel dat gaat, toonde de Britse psycholoog Henri Tajfel. Hij deelde jongens in twee groepen in op basis van iets heel onbelangrijks: welke van twee schilderijen ze mooier vonden. Ze kenden de andere leden van hun groep niet eens. Toch gaven ze, als ze punten of geld mochten verdelen, meer aan hun "eigen" groep.

Stereotypen

Outgrouphomogeniteit leidt tot stereotypen.

> **DEFINITIE**
> Een **stereotype** is een veralgemeende gedachte over een groep mensen, van de vorm "Alle ... zijn ...": je kent alle leden van een groep dezelfde kenmerken toe.

Bijvoorbeeld: "Alle Nederlanders zijn gierig." "Alle jongeren zitten de hele dag op hun gsm." "Alle Belgen zijn racistisch." Een stereotype kan negatief of positief zijn ("Aziaten zijn goed in wiskunde"), maar het klopt nooit voor alle leden van een groep.

Hoe ontstaan stereotypen? Net als bij de fundamentele attributiefout (les 4) gaat het in **twee stappen**. Eerst deel je iemand **automatisch** in bij een groep, op basis van wat je ziet (huidskleur, kleren, leeftijd), en geef je hem de kenmerken die je aan die groep toekent. Pas in een tweede stap, als je de persoon beter leert kennen, merk je dat het stereotype niet op hem van toepassing is. Die tweede stap zet je niet altijd.

Vraag 2 **Kies een groep waar je zelf bij hoort (je leeftijd, je wijk, je school, je afkomst). Welk stereotype bestaat er over die groep? Klopt het voor jou? Hoe voelt het om op die manier beoordeeld te worden?**

Je eigen stereotypen testen

Ook wie zegt dat hij geen vooroordelen heeft, heeft vaak **onbewuste** stereotypen. Met de **Impliciete Associatietest** (IAT) kun je daar zelf naar kijken. De test meet hoe snel je woorden en beelden aan elkaar koppelt: als je sneller "jong" met "goed" koppelt dan "oud" met "goed", wijst dat op een onbewuste voorkeur.

Een kanttekening: de IAT zegt iets over groepen mensen, maar is voor één persoon niet erg betrouwbaar. Je score kan van dag tot dag verschillen. Zie hem dus als een spiegel om over na te denken, niet als een diagnose.

Oefenen

Vraag 3 **Welk begrip herken je hier het best?**

Kies uit: Ingroup · Ingroupfavoritisme · Outgrouphomogeniteit · Stereotype

1. "Onze school is de beste van Brussel, die andere scholen stellen niks voor."

   Antwoord: _____ Waarom? _____

2. "Die van de andere ploeg zijn allemaal arrogant."

   Antwoord: _____ Waarom? _____

3. "Alle Italianen praten met hun handen."

   Antwoord: _____ Waarom? _____

4. Jonas voelt zich verbonden met iedereen uit zijn jeugdbeweging.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

Les 6: Vooroordelen

Wat moet je kunnen?

- ✓ Het verschil tussen een stereotype en een vooroordeel uitleggen
- ✓ Met het model van Fiske uitleggen hoe een stereotype tot een gevoel leidt
- ✓ Vier oorzaken van vooroordelen uitleggen en herkennen

Wat denk jij?

Twee uitspraken:

- "Alle tieners zijn onbetrouwbaar."
- "Jij bent een tiener, dus jij hebt die fiets vast gestolen."

Vraag 1 **Wat is het verschil tussen de twee uitspraken? Welke is volgens jou het ergst, en waarom?**

Van stereotype naar vooroordeel

DEFINITIE

Een **vooroordeel** is een (meestal negatief) oordeel of gevoel over één persoon, alleen omdat hij tot een groep behoort waarover je een stereotype hebt: "Jij bent een ..., dus jij bent ...".

	Stereotype	Vooroordeel
Over wie?	een **groep**	een **persoon** uit die groep
Wat?	een **gedachte** (cognitief)	een **gevoel** (affectief)
Vorm	"Alle ... zijn ..."	"Jij bent een ..., dus jij bent ..."

Leidt een vooroordeel tot **gedrag** (je behandelt iemand slechter), dan spreek je van **discriminatie**. Daarover gaat het volgende hoofdstuk.

Het model van Fiske

De Amerikaanse psychologe Susan Fiske toonde dat stereotypen over groepen meestal over twee vragen gaan, die je al kent uit les 3: is die groep **warm** (vriendelijk), en is ze **competent** (bekwaam)? Het antwoord bepaalt welk **gevoel** we tegenover die groep hebben.

	Weinig competent	**Heel competent**
Warm	medelijden (bv. tegenover ouderen)	bewondering (bv. tegenover de eigen groep)
Koud	minachting (bv. tegenover daklozen)	afgunst (bv. tegenover rijken)

Zo zie je hoe een stereotype (een gedachte over warmte en competentie) uitmondt in een vooroordeel (een gevoel).

Waar komen vooroordelen vandaan?

1. **Groepsprocessen.** Zodra er een "wij" en een "zij" is, ontstaan ingroupfavoritisme en outgrouphomogeniteit (les 5). Als groepen moeten **concurreren** (om werk, een terrein, een prijs), groeien de vooroordelen nog.
2. **Sociaal leren.** Vooroordelen leer je, van je ouders, je vrienden en de media. Je kent de **poppentest van Clark** uit hoofdstuk 1 (les 4): al heel jonge kinderen hebben vooroordelen overgenomen.
3. **Het zelfbeeld.** Neerkijken op een andere groep geeft je een beter gevoel over je eigen groep, en dus over jezelf. Je kent het experiment van **Fein en Spencer** uit hoofdstuk 3 (les 9): wie net slechte feedback kreeg, beoordeelde een "Joodse" vrouw slechter.
4. **Persoonlijkheid.** Sommige mensen hebben meer vooroordelen, vooral als ze hoog scoren op:
   - **autoritarisme**: veel belang hechten aan traditionele waarden en normen, gehoorzaamheid en sterke leiders;
   - **sociale dominantie**: ongelijkheid tussen groepen aanvaardbaar vinden, en sommige groepen beter of belangrijker vinden dan andere.

Hamza (16) solliciteert voor een vakantiejob in een winkel. Bij een andere winkel kreeg zijn vriend Tom, met hetzelfde cv, wel een gesprek, Hamza niet. De winkeleigenaar zegt tegen een collega: "Ik heb niets tegen die jongens, maar ik heb ooit problemen gehad met een jongen uit die wijk. En klanten voelen zich er niet altijd gerust bij."

Vraag 2 **Welk stereotype en welk vooroordeel herken je? Welke oorzaken van vooroordelen kunnen meespelen?**

Oefenen

Vraag 3 **Stereotype of vooroordeel?**

Kies uit: Stereotype · Vooroordeel

1. "Alle voetballers zijn dom."

   Antwoord: Waarom?

2. "Jij bent voetballer, dus jij snapt dit toch niet."

   Antwoord: Waarom?

3. "Oude mensen kunnen niet met technologie overweg."

   Antwoord: Waarom?

4. "Mijn oma is oud, dus die moet ik niet uitleggen hoe ze een videogesprek start."

   Antwoord: Waarom?

Les 7: Hardnekkige meningen

Wat moet je kunnen?

- ✓ Uitleggen waarom een mening over iemand zo moeilijk te veranderen is
- ✓ Subcategorisering en de confirmation bias herkennen in voorbeelden
- ✓ De selffulfilling prophecy uitleggen, met een voorbeeld uit de school

Wat denk jij?

Vraag 1 **Denk terug aan de stelling uit les 1: "Als ik eenmaal een mening over iemand heb, is het moeilijk om die nog te veranderen." Klopt dat voor jou? Waarom zou dat zo zijn?**

Een uitzondering bedenken

Stel: je denkt dat "meisjes niet goed zijn in voetbal". Dan zie je een meisje dat beter speelt dan alle jongens van de ploeg. Verander je dan je mening? Vaak niet: je zegt "zij is gewoon een uitzondering", of "zij is eigenlijk een jongensmeisje".

> **DEFINITIE**
> **Subcategorisering** is een nieuwe categorie bedenken voor iemand die niet past in je vooroordeel over zijn groep, zodat je vooroordeel overeind blijft.

Een ander voorbeeld: wie vindt dat vrouwen niet ambitieus horen te zijn, noemt een ambitieuze vrouw een "carrièrevrouw", alsof ze tot een ander soort behoort.

Zien wat je wilt zien

> **DEFINITIE**
> De **confirmation bias** (of het bevestigingsvooroordeel) is de neiging om vooral aandacht te hebben voor informatie die bevestigt wat je al denkt, en informatie die je mening tegenspreekt, te negeren of te vergeten.

Wie denkt dat een klasgenoot lui is, merkt elke keer op dat hij zijn huiswerk vergeet, maar niet de keren dat hij het wel maakt. Wie denkt dat een bepaalde groep gevaarlijk is, onthoudt elk nieuwsbericht over een misdrijf door iemand uit die groep, en vergeet de rest.

Op sociale media wordt dat nog sterker. Een algoritme toont je meer van wat je al bekeek (hoofdstuk 1, les 5): zo zie je vooral wat je mening bevestigt. In hoofdstuk 11 kom je daarop terug.

De voorspelling die zichzelf waarmaakt

Een verwachting kan zichzelf waarmaken. Stel: een leerkracht denkt dat een leerling zwak is. Hij stelt hem minder vragen, geeft hem minder uitleg, en reageert sneller ongeduldig. De leerling voelt dat, doet minder moeite, en haalt slechtere punten. "Zie je wel", denkt de leerkracht.

> **DEFINITIE**
> Een **selffulfilling prophecy** is een verwachting over iemand die zichzelf waarmaakt: door je verwachting gedraag je je anders tegenover de ander, waardoor die ander zich gaat gedragen zoals je verwachtte.

Bekend is het onderzoek van de Amerikaanse psychologen Robert Rosenthal en Lenore Jacobson (1968). Ze vertelden leerkrachten dat sommige leerlingen uit een test waren gekomen als "laatbloeiers" die het komende jaar sterk vooruit zouden gaan. In werkelijkheid waren die leerlingen willekeurig gekozen. Een jaar later waren vooral de jongste van die leerlingen meer vooruitgegaan dan de anderen. De verwachting van de leerkrachten had hun gedrag veranderd, en dat de prestaties van de leerlingen.

Latere onderzoeken vonden het effect ook, maar meestal **kleiner**. Het blijft wel een belangrijke les: wat je van iemand verwacht, kan mee bepalen wat die persoon wordt. Dat geldt ook positief: wie vertrouwen krijgt, groeit vaak.

Oefenen

Vraag 2 **Welk mechanisme houdt de mening hier overeind?**

Kies uit: Confirmation bias · Selffulfilling prophecy · Subcategorisering

1. "Mijn buurman is een migrant, maar hij werkt hard. Hij is niet zoals de anderen."

   Antwoord: _____ Waarom? _____

2. Ella is ervan overtuigd dat haar zus altijd liegt. Ze onthoudt alleen de keren dat haar zus niet de waarheid sprak.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

3. Een trainer denkt dat een speler niet goed is, en zet hem nooit in. De speler verliest zijn motivatie, en wordt minder goed.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

4. Iemand die gelooft dat vaccins gevaarlijk zijn, leest alleen berichten die dat bevestigen.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

Vraag 3 **Hoe zou je een selffulfilling prophecy op school kunnen doorbreken? Geef een tip voor een leerkracht, of voor een leerling.**

_____

_____

_____

Les 8: Kun je het nog eens? Onderzoek herhalen

Wat moet je kunnen?

- ✓ Uitleggen waarom onderzoekers een onderzoek herhalen, en wat de replicatiecrisis is
- ✓ Redenen herkennen waarom een onderzoek niet repliceert (toeval, een kleine groep, verwachtingen, publicatiebias)
- ✓ Uitleggen hoe onderzoekers hun onderzoek betrouwbaarder maken, met preregistratie

Wat denk jij?

In les 3 deed je klas het experiment van Asch over de eerste indruk opnieuw: twee rijen met dezelfde woorden, in een andere volgorde.

Vraag 1 **Vond jullie klas hetzelfde als Asch in 1946? En als het niet zo was: bewijst dat dat Asch ongelijk had?**

Waarom onderzoek herhalen?

Eén onderzoek bewijst nog niet veel. Misschien was het **toeval**, misschien maakte de onderzoeker een fout, misschien gold het alleen voor die ene groep studenten. Daarom herhalen andere onderzoekers een onderzoek, op dezelfde manier, met andere proefpersonen. Dat heet **replicatie** (hoofdstuk 3, les 9).

Komt er telkens hetzelfde uit, dan wordt het resultaat steeds betrouwbaarder. Het experiment van Asch met "warm" en "koud" bijvoorbeeld werd al vaak herhaald, ook met een echte gastdocent in plaats van een lijstje woorden.

Een onderzoek dat niet repliceerde

In 1996 publiceerde de Amerikaanse psycholoog John Bargh een beroemd experiment. Studenten moesten zinnen maken met woorden. Bij de ene groep gingen die woorden over ouderdom (zoals "grijs", "rimpel", "bingo"), bij de andere niet. Daarna maten de onderzoekers met een stopwatch hoe snel de studenten door de gang naar de lift stapten. De groep met de woorden over ouderdom stapte trager, zonder het zelf te merken.

In 2012 herhaalden psychologen van de **Université libre de Bruxelles** (Stéphane Doyen en zijn collega's) dat experiment. Ze maten de snelheid niet met een stopwatch, maar met **infraroodsensoren** in de gang. Resultaat: **geen verschil** tussen de groepen.

Daarna deden ze iets slims. Ze lieten het experiment uitvoeren door proefleiders die met een stopwatch maten, en vertelden een deel van hen wat er "moest" uitkomen. Alleen bij de proefleiders die verwachtten dat de proefpersonen trager zouden stappen, stapten ze ook trager.

Vraag 2 **Hoe verklaar je dat de proefpersonen alleen trager stapten bij proefleiders die dat verwachtten? Welk begrip uit les 7 herken je?**

De replicatiecrisis

Bargh was geen uitzondering. In 2015 herhaalden 270 onderzoekers uit de hele wereld samen **honderd** psychologische onderzoeken uit bekende tijdschriften. Bij de oorspronkelijke onderzoeken had bijna elk een duidelijk resultaat gevonden. Bij de herhalingen was dat maar ongeveer **een derde**. En waar ze wel iets vonden, was het effect vaak veel kleiner.

> **DEFINITIE**
> De **replicatiecrisis** is de ontdekking dat veel bekende resultaten uit de psychologie (en uit andere wetenschappen) niet opnieuw gevonden worden als andere onderzoekers het onderzoek herhalen.

Dat betekent niet dat alle psychologie onzin is. Veel resultaten repliceren wel, zoals het omstanderseffect en het conformisme in het experiment van Asch met de lijnen (hoofdstuk 7). Maar het toont dat je één onderzoek, zeker een verrassend onderzoek met weinig proefpersonen, niet blind mag geloven. Ook het onderzoek van Rosenthal en Jacobson (les 7) werd vaak herhaald: verwachtingen van leerkrachten hebben een effect, maar het is kleiner dan Rosenthal dacht.

Waarom mislukt een replicatie?

- **Een kleine groep.** Met twintig proefpersonen kan het toeval een verschil maken dat er eigenlijk niet is. Met duizend proefpersonen veel minder.
- **De verwachtingen van de onderzoeker.** Zoals bij Doyen: wie weet wat er moet uitkomen, beïnvloedt het resultaat.

— **Zoeken tot je iets vindt.** Een onderzoeker meet tien dingen, en schrijft alleen over het ene ding waar een verschil uitkwam. Bij tien metingen vind je bijna altijd wel iets, gewoon door toeval.

— **Publicatiebias.** Tijdschriften en kranten publiceren graag een verrassend resultaat ("Woorden over ouderdom doen je trager stappen!"), maar zelden een onderzoek waar niets uitkwam. Zo krijgen we een te mooi beeld.

Vraag 3 **Welke zwakte herken je in dit onderzoek?**

Kies uit: Kleine groep · Publicatiebias · Verwachtingen van de onderzoeker · Zoeken tot je iets vindt

1. Een onderzoeker test een nieuwe studiemethode bij twaalf leerlingen, en de groep die de methode gebruikte, haalt betere punten.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

2. De leerkracht die de opstellen verbetert, weet welke leerlingen de nieuwe methode gebruikten.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

3. Een onderzoeker meet bij muziek tijdens het studeren twintig dingen: punten, stress, slaap, humeur... Hij schrijft alleen over het ene verschil dat hij vond.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

4. Tien onderzoeken vinden geen effect van een energiedrankje op je punten, en blijven in de schuif liggen; het elfde vindt een effect, en haalt het nieuws.

   Antwoord: _____ Waarom? _____

Beter onderzoek

Sinds de replicatiecrisis werken veel onderzoekers anders:

— Ze werken met **grotere groepen**, vaak samen met onderzoekers in andere landen.

— Ze maken hun **gegevens openbaar**, zodat anderen kunnen nakijken of de berekeningen kloppen.

— Ze **registreren** hun onderzoek vooraf.

> **DEFINITIE**
> **Preregistratie** betekent dat onderzoekers hun hypothese, hun methode en hoe ze de resultaten zullen verwerken openbaar vastleggen **voor** ze de gegevens verzamelen. Zo kunnen ze achteraf niet meer zoeken tot ze iets vinden.

Voor jou als lezer van het nieuws: is het **één** onderzoek, of bevestigen meerdere onderzoeken het? Met **hoeveel** mensen? Is het **herhaald**?

Portfolio, deel 6: mijn preregistratie

Vraag 4 **Neem het experiment dat je in deel 3 van je portfolio bedacht (of het klasexperiment uit les 3). Schrijf er een preregistratie voor: je hypothese, hoeveel proefpersonen je nodig hebt, wat je precies meet, en wanneer je zegt dat je hypothese klopt. Zeg ook wat je doet om te voorkomen dat jouw verwachting het resultaat beïnvloedt.**

Vaktermen

Actor-observatoreffect
Je eigen gedrag verklaar je vooral door de situatie, het gedrag van anderen vooral door hun persoon.

Causale attributie
Een verklaring die je geeft voor het gedrag van jezelf of van iemand anders.

Centraal kenmerk
Een kenmerk dat zo opvallend is dat het een heel sterke invloed heeft op je hele beeld van een persoon, zoals warmte of competentie.

Cognitief schema
Een geordend geheel van kennis en verwachtingen over een persoon, een groep of een situatie, waarmee je nieuwe informatie snel verwerkt.

Confirmation bias
De neiging om vooral aandacht te hebben voor informatie die bevestigt wat je al denkt (het bevestigingsvooroordeel).

Externe attributie
Een verklaring voor gedrag die de oorzaak buiten de persoon legt, in de situatie of de omstandigheden.

Fundamentele attributiefout
De neiging om het gedrag van anderen te verklaren door hun persoonlijkheid, en de invloed van de situatie te onderschatten.

Halo-effect
Eén positief kenmerk kleurt je hele beeld van iemand positief.

Horneffect
Eén negatief kenmerk kleurt je hele beeld van iemand negatief.

Impliciete persoonlijkheidstheorie
Een verzameling cognitieve schema's waarmee we snel oordelen over iemands hele persoonlijkheid, op basis van één of enkele kenmerken.

Ingroup
De groep van mensen waarmee je jezelf identificeert, en waar je deel van uitmaakt.

Ingroupfavoritisme
Je eigen groep als beter zien, en haar leden gunstiger behandelen.

Interne attributie
Een verklaring voor gedrag die de oorzaak in de persoon zelf legt, zoals zijn karakter of inzet.

Negativiteitseffect
Negatieve informatie over iemand weegt zwaarder dan positieve.

Outgroup
Iedereen die niet tot je ingroup behoort.

Outgrouphomogeniteit

Het idee dat alle leden van een andere groep op elkaar lijken, terwijl je in je eigen groep veel verschillen ziet.

Preregistratie

Je hypothese, je methode en hoe je de resultaten verwerkt openbaar vastleggen voor je de gegevens verzamelt.

Primacy-effect

De eerste informatie die je over iemand krijgt, heeft een grote invloed op je algemene beeld van die persoon.

Replicatiecrisis

De ontdekking dat veel bekende resultaten uit de psychologie niet opnieuw gevonden worden als andere onderzoekers het onderzoek herhalen.

Self-serving bias

De neiging om je eigen succes aan jezelf toe te schrijven, en je eigen falen aan de omstandigheden.

Selffulfilling prophecy

Een verwachting die zichzelf waarmaakt; door je verwachting gedraag je je anders, waardoor de ander zich gaat gedragen zoals je verwachtte.

Sociale cognitie

De manier waarop we informatie over andere mensen waarnemen, ordenen en interpreteren; hoe we ons een beeld vormen van anderen en hun gedrag verklaren.

Stereotype

Een veralgemeende gedachte over een groep mensen, van de vorm "Alle ... zijn ...".

Subcategorisering

Een nieuwe categorie bedenken voor iemand die niet in je vooroordeel past, zodat je vooroordeel overeind blijft.

Vooroordeel

Een (meestal negatief) oordeel of gevoel over één persoon, alleen omdat hij tot een groep behoort waarover je een stereotype hebt.