



FOTO: RICH CAREY/SHUTTERSTOCK/PEARSON ASSET LIBRARY

8 Conformisme: sociale invloed en aanpassing van gedrag

☰ KERNVRAGEN

- ▶ **Wat is conformisme en wanneer is daarvan sprake?**
- ▶ **Hoe motiveert informationele sociale invloed mensen om zich te conformeren?**
- ▶ **Hoe motiveert normatieve sociale invloed mensen om zich te conformeren?**
- ▶ **Hoe kunnen we onze kennis over sociale invloed voor positieve doeleinden gebruiken?**
- ▶ **Wat hebben studies aangetoond over de bereidheid van mensen om iemand met een gezagspositie te gehoorzamen?**

📁 OPENINGSCASE

September 2012, in de kleine plaats Haren in de provincie Groningen is het onrustig. Vanaf half tien 's avonds wordt vanwege rellen de Mobiele Eenheid (ME) ingezet. Auto's, fietsen, (winkel)ruiten en straatmeubilair moeten het ontgelden en de plaatselijke supermarkt wordt geplunderd. Er zijn zesendertig gewonden onder de relschoppers en het publiek. Ook raken vijftien agenten gewond. Het ziekenhuis loopt vol met mensen met voornamelijk snij- en hoofd wonden en kneuzingen. In de kleine plaats wordt 500 man politie ingezet (Cohen et al., 2013).

Onder de naam 'Project x Haren' komen duizenden mensen uit heel Nederland bijeen. Project x verwijst naar de gelijknamige filmkomedie van regisseur Nima Nourizadeh. De aanleiding is een verjaardagsfeestje van een 15-jarig meisje. Het meisje had een uitnodiging op Facebook geplaatst en deze per ongeluk op 'openbaar' gezet, waardoor iedereen de uitnodiging kon accepteren en doorsturen naar anderen. Eerst nodigde zij zelf een aantal vrienden uit. Vervolgens stuurde een vriend van een vriend deze door naar zijn 500 vrienden.

Wat zal er gebeuren wanneer iemand duizenden onbekenden uitnodigt voor een feestje? Dat vroegen politie, hulpverleningsdiensten en de gemeente zich ook af. Je kunt je de discussies in het gemeentehuis misschien wel voorstellen, daags voor de verjaardag. Betrokkenen probeerden in te schatten in hoeverre alle

geruchten ook daadwerkelijk waar zouden blijken te zijn. Wat is de invloed van social media in deze situatie? Hoe beïnvloeden mensen elkaar? En kunnen wij dit proces dan weer beïnvloeden? Er werd zelfs overwogen een echt Project x-feest vlak buiten Haren op te zetten. Uiteindelijk werd besloten geen alternatief feest te organiseren. In het nieuws en de kranten werd mensen afgeraden naar Haren te komen. Men ging ervan uit dat dit voldoende zou zijn.

In de loop van de bewuste dag komen een paar honderd nieuwsgierigen naar Haren, en rond half acht 's avonds stromen nog eens duizenden bezoekers toe. De sfeer is aanvankelijk gemoedelijk, maar tegen negen uur slaat dit om. Er ontstaan rellen en de ME moet ingrijpen. Achteraf blijken er relschoppers uit het hele land tussen de bezoekers te zitten. Jongeren die gericht op zoek waren naar problemen. Zij beginnen vernielingen aan te richten en omstanders doen steeds meer mee. Zo ontstaan grote rellen en vernielingen. De volgende dag moet menig jongere zich thuis en op het politiebureau verantwoorden voor deze uit de hand gelopen verjaardag. Maar niet alleen de jongeren, ook functionarissen van de betrokken instanties worden op het matje geroepen, tot en met de burgemeester van Haren (Cohen, 2013). Had men dit met de kennis uit de sociale psychologie over sociale beïnvloedingsprocessen kunnen voorkomen?

8.1 Conformisme: wanneer en waarom

'Doe zoals de meesten doen, en [mensen] zullen positief over u zijn.' (Thomas Fuller)

'Het zou niet goed zijn als we allemaal hetzelfde dachten; het is het verschil in opvatting dat paardenrennen spannend maakt.' (Mark Twain)

Welk van de bovenstaande citaten spreekt je meer aan? Welk citaat komt overeen met je eerste reactie op het woord 'conformisme'? Waarschijnlijk het tweede. In onze westerse cultuur ligt de nadruk op het belang van anders zijn (Kim & Markus, 1999; Kitayama et al., 2010; Kitayama, et al., 2009; Markus, Kitayama & Heiman, 1996). We zien onszelf als een groep sterke individuen, mensen die voor zichzelf denken, die opkomen voor de underdog en tegen de stroom ingaan als zij denken dat dit juist is. Dit culturele zelfbeeld is gevormd door de historische ervaringen van onze samenleving, waaronder ook onze geschiedenis met kolonisatie, ontdekkingsreizen en toe-eigening van inheemse goederen – het 'temmen' van andere volkeren (Kitayama et al., 2006; Turner, 1932).

Zijn we echt wel zulke non-conformistische wezens? Zijn de beslissingen die we nemen altijd gebaseerd op wat we denken, of gebruiken we soms het gedrag van anderen om te beslissen wat we moeten doen? Apple mag in zijn reclame klanten dan aansporen tot 'think different', maar kijk de volgende keer in de bibliotheek eens rond en tel hoeveel laptops in de zaal hetzelfde Apple-logo hebben. De computer van de non-conformist is nu overal.

Zoals we in hoofdstuk 6 zagen, lijkt de collectieve zelfmoord van de sekteleden van Heaven's Gate erop te wijzen dat mensen zich soms op extreme en verrassende manieren aan anderen conformeren, zelfs bij het nemen van een fundamentele beslissing als het wel of niet plegen van zelfmoord. Je zou hiertegen in kunnen brengen dat dit een ongebruikelijk en extreem voorbeeld is. Misschien waren de volgelingen van Marshall Herff Applewhite gestoorde mensen die op de een of andere manier vatbaar waren voor de bevelen van een charismatische leider. Er is echter ook een andere, beangstigender verklaring: misschien hadden velen van ons wel hetzelfde gedaan als wij – net als de leden van Heaven's Gate – langdurig waren blootgesteld aan zware druk om ons te conformeren. Vanuit dat perspectief zou bijna iedereen zich in deze extreme omstandigheden hebben geconformeerd.

Als deze stelling klopt, moeten we ook voorbeelden van andere situaties kunnen vinden waarin mensen zich onder (zware) sociale druk verrassend vergaand conformeren. En die voorbeelden zijn inderdaad te vinden. Mahatma Gandhi werd in 1869 in India geboren, waar de Britten op dat moment aan de macht waren. Gandhi was van goede Indiase komaf, studeerde in Engeland en keerde toen terug naar India. Op een rondreis door Zuid-Afrika kocht hij een eerste klas treinkaartje. Toen een witte medereiziger zich beklaagde over zijn aanwezigheid, werd hem gevraagd of hij zich naar de tweedeklas wilde begeven. Gandhi werd niet boos, maar gaf ook niet toe. Daar ontstond zijn vredig verzet tegen onrecht. Gandhi werd de trein uit gezet. Het verzet van Gandhi en zijn vol-

lingen wordt *satyagraha* genoemd. Duizenden verzetten zich later gewelddoos door zich niet te houden aan de regels die de Britse overheersers India hadden opgelegd. Straffen en geweld tegen de ongehoorzaamheid van deze pacifisten versterkten de kracht van het verzet alleen maar, totdat India uiteindelijk onafhankelijk werd. Gandhi's duizenden volgelingen conformeerden zich aan de norm van het gewelddoos verzet. De kracht van de groep zorgde ervoor dat mensen hun gedrag ondanks straffen en geweld volhielden.

Een ander voorbeeld is het My Lai-bloedbad in Vietnam. In 1968, tijdens de Vietnamoorlog, werd een compagnie Amerikaanse soldaten in helikopters naar het dorp My Lai gevlogen. De soldaten waren erg bang omdat ze nooit eerder hadden gevochten en omdat het gerucht ging dat het dorp bezet zou zijn door de vijand. Een van de helikopterpiloten meldde dat hij onder zich Vietcong-soldaten zag, dus sprongen de Amerikaanse soldaten de helikopters uit en begonnen in het wilde weg te schieten. Al snel kwamen ze erachter dat er geen vijandelijke soldaten waren. In plaats daarvan troffen ze dorpelingen aan. Om onbegrijpelijke redenen gaf de leider van het peloton een van de soldaten het bevel de dorpelingen te doden. Andere soldaten begonnen ook te schieten en



Onder sterke sociale druk zullen individuen zich conformeren aan de groep, zelfs als dit betekent dat ze daarmee iets immoreels doen. In 2004 was er een internationaal schandaal als gevolg van het ernstige misbruik door Amerikaanse soldaten van Irakezen in de Abu Ghraib-gevangenis, gevolgd door diepgaand gewetensonderzoek in de Verenigde Staten zelf. Dit is een beruchte foto van Charles Graner en Sabrina Harman. Beide zijn later veroordeeld voor het seksueel, fysiek en psychisch mishandelen van Irakese gevangenen. Waarom vernederden de soldaten hun gevangenen? In dit hoofdstuk zul je zien hoe de sociale druk van conformisme en gehoorzaamheid ertoe kan leiden dat fatsoenlijke mensen onfatsoenlijke daden verrichten.

Foto: Polaris Images/Hollandse Hoogte

het bloedbad werd steeds groter. De Amerikanen dreven alle bewoners van My Lai bijeen en moordden ze systematisch uit. Hoewel niemand het exacte aantal slachtoffers kent, lopen de schattingen uiteen van 450 tot 500 Vietnamese burgers (Hersh, 1970).

Conformisme komt ook in heel andere contexten voor. Op 9 november 2001 werd in het Nederlandse documentaireprogramma *Zembla* voor het eerst gesproken over de schaduwboekhouding van een wegenbouwer uit Groningen: Koop Tjuchem. De wegenbouwer maakte heimelijk afspraken over prijs en werk voorafgaande aan de gunning. In ons kleine landje bleek een enorm systeem te bestaan van omkoping en kartelvorming. Wat begon als een dubbele boekhouding in de wegenbouw, bleek een verschijnsel dat in de hele bouwwereld bestond: de bouwfraude. Pas toen een klokkenluider naar buiten trad, werd duidelijk dat er een systeem met eigen normen en waarden bestond. Iedere bouwer conformeerde zich aan de geldende (frauduleuze) norm door sociale druk. Zelfs na het bekend worden van de fraude werden de waarden en normen van de bouwers nog lang verdedigd als zijnde een logisch gevolg van marktwerking. Hoge boetes en streng toezicht moeten voorkomen dat dit opnieuw kan gebeuren.

In deze voorbeelden kwamen mensen terecht in een web van sociale beïnvloedingsprocessen. In reactie daarop veranderden zij hun gedrag en conformeerden ze zich aan de verwachtingen van anderen (O'Gorman, Wilson & Miller, 2008). Voor sociaal psychologen is dit de essentie van **conformisme**: het veranderen van je gedrag als gevolg van de reële of ingebeelde invloed van anderen (Aarts & Dijksterhuis, 2003; Kiesler & Kiesler, 1969; Sorrentino & Hancock, 2014). Zoals uit de voorbeelden blijkt, kunnen de gevolgen van conformisme sterk uiteenlopen. Conformisme kan nuttig en edelmoedig zijn, maar kan ook leiden tot hysterie en tragedie. Maar waarom conformeerden deze mensen zich? Sommigen conformeerden zich waarschijnlijk omdat ze zich in een verwarrende of ongebruikelijke situatie bevonden en niet wisten wat ze moesten doen. Het gedrag van de mensen om hen heen fungeerde als leidraad voor hoe zijzelf moesten reageren en ze besloten op eenzelfde manier te handelen. Andere mensen conformeerden zich waarschijnlijk omdat ze niet belachelijk gemaakt of gestraft wilden worden voor het feit dat ze anders waren dan anderen. Ze kozen ervoor zich te gedragen zoals de groep van hen verwachtte, zodat ze niet door groepsleden afgewezen of geminacht zouden worden. Hierna kijken we naar de achtergronden van elk van deze redenen voor conformisme.

Conformisme: Een verandering in iemands gedrag als gevolg van de reële of ingebeelde invloed van andere mensen.

8.2 Informatie sociale invloed: de behoefte om te weten wat 'juist' is

Het leven kent veel ambigue en verwarrende situaties. Hoe moet je je psycholoog aanspreken, als 'dr. De Vries', 'professor De Vries', 'mevrouw De Vries' of met 'Patricia'? Wat moet je stemmen bij het eerstvolgende referendum? Moet je een sushirolletje in stukjes snijden of in één keer opeten?

In deze en veel andere situaties voelen we ons onzeker over wat we moeten denken of hoe we moeten reageren. We hebben simpelweg niet genoeg informatie om een goede of zuivere keuze te maken. Gelukkig hebben we een effectieve en nuttige bron van kennis tot onze beschikking: het gedrag van andere mensen. Soms vragen we eenvoudigweg op de man af wat de juiste

manier is om ons te gedragen. Vaak kijken we echter naar de manier waarop anderen zich gedragen om tot een betere definitie van de situatie te komen (Kelley, 1955; Thomas, 1928). Als we ons vervolgens gedragen zoals iedereen doet, conformeren we ons, maar niet omdat we ruggengraatloze wezens zijn die niet op zichzelf durven te vertrouwen. De invloed van andere mensen brengt ons ertoe ons te conformeren omdat we hen als een bron van informatie beschouwen die richting kan geven aan ons gedrag. We conformeren ons omdat we denken dat de manier waarop andere mensen een onduidelijke situatie interpreteren beter is dan onze eigen manier en ons zal helpen een geschikte strategie te bepalen. Dit wordt **informatieele sociale invloed** genoemd (Cialdini & Goldstein, 2004; Deutsch & Gerard, 1955; Kuan, Zhong, & Chau, 2014).

Ter illustratie van dit verschijnsel kun je je inbeelden dat je deelneemt aan het volgende experiment van Muzafer Sherif (1936). In de eerste fase van het onderzoek word je alleen in een donkere kamer gezet en moet je je aandacht richten op een lichtpunt, vijf meter bij je vandaan. De onderzoeker vraagt je om in centimeters aan te geven hoe ver jij denkt dat het licht verschuift. Je staart ingespannen naar het licht, en ja, het licht lijkt een beetje te verschuiven. Je zegt: 'Ongeveer vijf centimeter,' hoewel het moeilijk is om de precieze afstand in te schatten. Het licht verdwijnt en komt vervolgens weer terug; je wordt gevraagd opnieuw een schatting te doen. Het licht lijkt zich nu een stukje verder te verplaatsen, en je zegt: 'Tien centimeter.' Na een aantal van deze tests lijkt het licht elke keer ongeveer even ver te verschuiven: vijf tot tien centimeter.

Het opmerkelijke aan deze opdracht is dat het licht in werkelijkheid helemaal niet verschuift. Dat leek alleen maar zo, als gevolg van een visuele illusie die het autokinetische effect wordt genoemd. Als je in een donkere omgeving naar een fel licht staart (bijvoorbeeld naar een ster in een donkere nacht), zal het lijken alsof het licht een beetje heen en weer zweeft. Dat gebeurt omdat je geen stabiel referentiepunt hebt om de positie van het licht te verankeren. De mate waarin het licht lijkt te bewegen, varieert van persoon tot persoon, maar wordt voor iedereen na verloop van tijd betrekkelijk consistent. In het experiment van Sherif kwamen de proefpersonen tijdens de eerste fase van het onderzoek allemaal tot hun eigen stabiele schatting, variërend van 2 tot 25 centimeter. Sherif koos voor het autokinetische effect omdat hij een situatie wilde creëren die ambigu was, waarbij de correcte definitie van de situatie niet duidelijk was voor zijn proefpersonen. Tijdens de tweede fase van het experiment, een paar dagen later, werden de proefpersonen aan twee andere mensen gekoppeld, die allemaal dezelfde tests met het licht hadden gedaan. Nu werd de situatie een echt sociale, omdat alle drie de proefpersonen hun oordelen hardop moesten uitspreken. Wat deden mensen nadat ze erachter kwamen dat het oordeel van hun partners verschilde van hun eigen oordeel?

In de loop van verschillende tests kwamen de mensen tot een gezamenlijk oordeel, en elk lid van de groep conformeerde zich aan dat oordeel. Deze resultaten duiden erop dat de proefpersonen elkaar als informatiebron gebruikten en geleidelijk gingen geloven dat het oordeel van de groep het juiste oordeel was (zie figuur 8.1). Een belangrijk kenmerk van informatiele sociale invloed is dat deze kan leiden tot **innerlijke acceptatie**: mensen conformeren zich aan het gedrag van anderen, omdat ze echt geloven dat deze mensen gelijk hebben. Het zou ook mogelijk zijn dat zij zich, bijvoorbeeld om niet dom over te komen, publiekelijk aan de groep conformeerden, maar voor zichzelf bleven geloven dat het lichtpunt slechts een klein stukje verschoof. Dat zou een geval zijn van

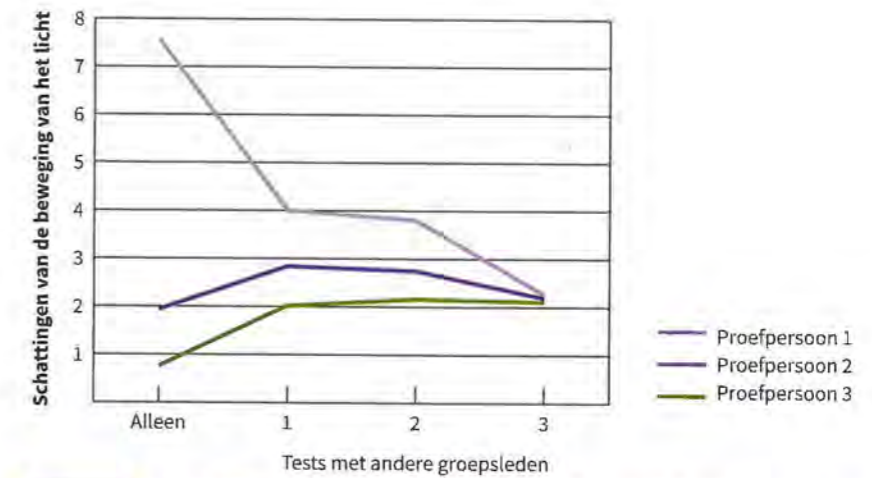
Informatieele sociale invloed: De invloed van andere mensen die ervoor zorgt dat wij ons conformeren omdat we hen als bron van informatie gebruiken. We conformeren ons omdat we denken dat de manier waarop anderen een onduidelijke situatie interpreteren juist is dan onze eigen manier en ons zal helpen een geschikte strategie te bepalen.



In de Verenigde Staten is Halloween (31 oktober) een populaire feestdag. In oktober 1997 introduceerden Franse ondernemers 'Ah-lo-ween' bij het Franse publiek. Waarom? De Franse economie stond er slecht voor en ondernemers moesten iets verzinnen wat mensen naar hun winkels zou lokken (Cohen, 1997). Via informatiele sociale invloed namen zij Halloween van Amerika over en leerden de Fransen wat de feestdag inhoudt. Voor 1997 hadden ze geen idee wat treek au treeting (trick or treat) was. Tijdens Halloween 2000 was duidelijk dat de informatiele sociale invloed zijn werk had gedaan. Winkels waren versierd met opengewerkte pompoenen en nachtclubs organiseerden verkleedwedstrijden. In Nederland is Halloween inmiddels ook ingeburgerd en onderdeel van het vaste etalagebeeld in oktober.

Foto: Jeremy Bembaron/Sygma/Corbis

Innerlijke acceptatie: Zich conformeren aan het gedrag van andere mensen uit een oprechte overtuiging dat wat zij doen of zeggen juist is.



FIGUUR 8.1 De schattingen van een van de groepen uit het autokinetische onderzoek van Sherif (1936)

Mensen moesten inschatten hoe ver een lichtpunt in een donkere kamer leek te verschuiven. Toen ze het licht in hun eentje zagen, liepen hun schattingen behoorlijk uiteen. Toen ze andere mensen hun oordeel hoorden geven, conformeerden ze zich aan de schatting van de groep.

(Naar Sherif, 1936)

Openlijke volgzaamheid: Zich openlijk aansluiten bij het gedrag van andere mensen zonder noodzakelijkerwijs te geloven in wat ze doen of zeggen.

openlijke volgzaamheid: zich openlijk conformeren aan de groep zonder dat men noodzakelijkerwijs gelooft in wat de groep zegt of doet. Sherif trok deze interpretatie echter in twijfel. Hij vroeg mensen om nog eens in afzondering een oordeel te geven over het licht, nadat ze dat in een groep hadden gedaan. Hoewel ze zich niet meer druk hoefden te maken over hoe ze op andere deelnemers overkwamen, bleven ze het antwoord geven dat de groep eerder had gegeven. Uit één onderzoek bleek zelfs dat ze zich nog steeds aan de schatting van de groep conformeerden als hun een jaar later individueel om een oordeel werd gevraagd (Rohrer et al., 1954). Deze resultaten wijzen erop dat mensen zich bij het definiëren van de realiteit op elkaar verlieten en de schatting van de groep ook innerlijk gingen accepteren. Het vermogen van *informatieel conformisme* om innerlijke acceptatie te veroorzaken is aangetoond op verschillende terreinen, zoals op het gebied van energiebesparing. Jessica Nolan en haar collega's (2008) gaven een aantal inwoners van Californië bijvoorbeeld informatie waarin erop werd aangedrongen energiebesparende maatregelen te nemen. De leden van de huishoudens ontvingen één van in totaal vier boodschappen. Drie boodschappen bevatten fundamentele redenen voor energiebesparing: milieubehoud, het belang van de samenleving en kostenverlaging. De vierde boodschap was bedoeld om informatieel conformisme te bevorderen: de deelnemers kregen te horen dat de meerderheid van hun buurtgenoten aan energiebesparing deed. Vervolgens lazen de onderzoekers het energieverbruik af van de elektriciteitsmeters van de deelnemers aan het onderzoek. Zij bemerkten dat de vierde normatieve boodschap, die informatie over het energieverbruik van de burens bevatte, significant meer energiebesparing opleverde dan de drie andere boodschappen (Nolan et al., 2008). Noah Goldstein, Robert Cialdini en Vidas Griskevicius (2008) slaagden er op soortgelijke wijze in het gedrag van hotelgasten te beïnvloeden. Hoteldirecties roepen vaak zonder veel resultaat hun gasten op hun handdoeken niet elke dag te laten verschonen om zo het milieu te sparen; de onderzoekers ontdekten dat een bordje in de badkamer met de tekst 'De meeste gasten in dit hotel gebruiken hun handdoeken meer dan één dag' significant effectiever is.

8.2.3 Wanneer conformeren mensen zich aan informatieve sociale invloed?

Hieronder geven we een overzicht van de situaties waarin de kans op conformisme als gevolg van informatieve sociale invloed het grootst is.

Als de situatie onduidelijk is

Onduidelijkheid is de meest cruciale variabele om vast te stellen in hoeverre mensen elkaar als informatiebron gebruiken. Als je niet zeker bent van het juiste gedrag of het juiste idee, zul je het sterkst openstaan voor de invloed van anderen. Hoe onzekerder je bent, hoe meer je je zult verlaten op anderen (Allen, 1965; Rentfrow & Gosling, 2006; Tesser, Campbell & Mickler, 1983; Walther et al., 2002). Situaties als My Lai waren onduidelijk voor de mensen die erbij betrokken waren: ideale omstandigheden dus voor informatieve sociale beïnvloeding. De soldaten waren jong (de meesten achttien of negentien) en zeer onervaren. Toen ze zagen dat een paar andere soldaten op de dorpingen begonnen te schieten, dachten ze dat dat was wat er van hen werd verwacht en begonnen ze mee te doen.

Als er sprake is van een crisis

Een crisissituatie, een andere variabele die het gebruik van anderen als informatiebron bevordert, treedt vaak gelijktijdig op met onduidelijkheid. Tijdens een crisis hebben we meestal geen tijd om stil te staan en na te denken over welke koers we precies moeten varen. We moeten handelen en wel onmiddellijk. Als we ons bang en paniekerig voelen en niet goed weten wat we moeten doen, is het niet meer dan natuurlijk dat we ons tot andere mensen wenden om te zien hoe zij reageren, en hun reactie overnemen. Helaas voelen de mensen die we imiteren zich soms ook bang en paniekerig en gedragen ook zij zich niet rationeel.

Zo vielen er in 2010 21 doden en meer dan 500 gewonden door paniek tijdens de Love Parade in Duisburg in Duitsland. Er ontstonden opstoppingen in en bij een tunnel die naar het festivalterrein leidde. In een grote groep kijken mensen eerst naar een ander voordat ze actie ondernemen. Wanneer de ander in paniek weg wil vluchten, kopiëren omstanders dit gedrag. Deze sociale beïnvloeding zorgt dan voor een enorme paniek. In het geval van de Love Parade was er geen aanwijsbare aanleiding om te vluchten. Toch werden er in de ontstane paniek 21 mensen doodgedrukt. In tijden van crisis is rationeel gedrag helaas niet onze eerste reactie.

Als andere mensen deskundigen zijn

Hoe meer expertise of kennis een persoon bezit, hoe waardevoller hij doorgaans in een onduidelijke situatie is (Allison, 1992; Cialdini & Trost, 1998). Een passagier die rook uit een vliegtuigmotor ziet komen, zal waarschijnlijk eerder afgaan op de reactie van de bemanning dan op die van zijn medepassagiers. Deskundigen zijn echter niet altijd betrouwbare informatiebronnen. Hoe bang moet de jongeman wel niet zijn geweest die na het luisteren naar de *War of the Worlds*-uitzending het plaatselijke politiebureau belde en te horen kreeg dat ook de politie dacht dat de op de radio beschreven gebeurtenissen echt waren (Cantril, 1940)!

8.3 Normatieve sociale invloed: de behoefte om geaccepteerd te worden

Men noemt ze *polar plunges* of *cool challenges*, en ze begonnen als geldinzamelingsacties voor liefdadige doeleinden: gesanctioneerde evenementen waarbij mensen een duik nemen in ijskoud water om donaties te werven en aandacht te vragen voor een goed doel. Groepen als Special Olympics planden en organiseerden deze evenementen zorgvuldig, zodat mensen niet te lang in het water bleven en er medisch personeel aanwezig was voor hulp bij complicaties. Maar begin 2014 waarschuwden scholen in New England (en andere streken in de Verenigde Staten met een koud klimaat) per e-mail voor *polar plunges* die zich via de sociale media als een olievlek verspreidden onder adolescenten (Wilson, 2014). Tieners daagden elkaar uit om in het ijskoude water te springen zonder zwemvesten, zonder ouderlijk toezicht en vaak 's nachts – bij gevaarlijk lage temperaturen en slecht zicht. Velen gingen de uitdagingen aan, filmde hun gevaarlijke prestaties en zetten die op Facebook en YouTube. Maar er vielen gewonden en in New Hampshire werd melding gemaakt van een sterfgeval. Het smeltende ijs had het water doen stijgen en de stroming in de rivieren versneld, waardoor een sprong in het koude water potentieel levensbedreigend was (Phillip, 2014).



Polar plunges begonnen als zorgvuldig geplande geldinzamelingsacties, zoals het hier afgebeelde evenement. Maar toen tieners elkaar begonnen uit te dagen om zonder begeleiding in het ijskoude water te springen en video's daarvan online te zetten, leidde de wens om populair te zijn tot gevaarlijk en zelfs fataal gedrag.

Foto: U.S. Dept. of Defense

Sociale normen: De impliciete of expliciete regels die een groep hanteert voor acceptabel gedrag en acceptabele waarden en opvattingen van zijn leden.

Waarom vertonen mensen zulk riskant gedrag? Waarom volgt iemand een groep als het gedrag van die groep onverstandig of zelfs fataal kan zijn? We betwijfelen of de degenen die hun duik op Facebook zetten hun leven riskeerden als gevolg van informatieel conformisme; het is nauwelijks voor te stellen dat een middelbare scholier die naar een snelstromende, ijzige rivier kijkt, zou zeggen 'Goh, ik verveel me, een duik lijkt me wel een goed idee.'

Uit dit voorbeeld blijkt dat er naast de behoefte aan informatie nog een ander antwoord bestaat op de vraag waarom wij ons conformeren: we conformeren ons ook omdat we aardig gevonden en geaccepteerd willen worden door andere mensen. We conformeren ons aan de **sociale normen** van de groep: dat zijn de impliciete (en soms expliciete) regels voor acceptabel gedrag en acceptabele waarden en opvattingen (Deutsch & Gerard, 1955; Kelley, 1955; Miller & Prentice, 1996; Sanfey, Stallen & Chang, 2014). Groepen hebben bepaalde verwachtingen over hoe hun leden zich behoren te gedragen, en leden die hoog in aanzien staan, conformeren zich aan deze regels. Leden die dat niet doen, vindt men anders, lastig en uiteindelijk abnormaal.

In het tijdperk van de sociale media worden dergelijke normen sneller dan ooit doorgegeven. De directeur van een school zei daarover tijdens een discussie over de rage van de *polar plunge*: 'Je kunt een trend als deze heel snel op gang brengen en dan verspreidt hij zich exponentieel. Dat is wat we hier zien, denk ik.' (Wilson, 2014).

Conformisme aan sociale normen is natuurlijk niet altijd gevaarlijk. Het is zelfs niet altijd een slechte zaak. Neem een ander recent en wijdverbreid fenomeen, dat van de *ice-bucket challenge*, dat een record brak op het gebied van het *redden* van levens. Iedereen die op sociale media actief is, weet dat de uitdaging van de *ice-bucket challenge* viral ging in de zomer van 2014. Geïnspireerd door online berichten van Pete Frates, een voormalig honkbalspeler die vocht tegen amyotrofische laterale sclerose (ALS) nam het aantal video's van mensen die zichzelf met ijskoud water overgoten en vrienden uitdaagden dat ook te doen, explosief toe. In één versie van de *ice-bucket challenge* werd van de genoemden verwacht dat ze een klein bedrag aan de ALS Association zouden doneren als ze zich in



In augustus 2014 explodeerde de 'ice-bucket challenge' in de sociale media en sloeg munt uit normatief conformisme door ongekende hoeveelheden geld in te zamelen in de strijd tegen ALS.

Foto: Anna Daren

Normatieve sociale invloed: De invloed van andere mensen die ervoor zorgt dat wij ons conformeren om aardig gevonden en geaccepteerd te worden. Dit type conformisme leidt tot openlijke overname van de opvattingen en het gedrag van de groep, maar niet noodzakelijkerwijs tot innerlijke acceptatie van die opvattingen en dat gedrag.

het openbaar overgoten, en een groter bedrag wanneer ze dat niet deden. Tegen augustus 2014 was dit ritueel overal aanwezig en deden er bekende mensen als Gerard Ekdorf, Bill Gates, Justin Bieber, Chantal Janzen, Lady Gaga en Mark Rutte aan mee. Sommigen bespotten het fenomeen en suggereerden dat men het eerder voor de lol deed dan om levens te redden. Maar de cijfers waren indrukwekkend: volgens een persbericht van Stichting ALS Nederland op 12 augustus 2015 bracht de actie in Nederland 2 miljoen euro op en wereldwijd 200 miljoen euro. Ook kwamen er door de actie veel nieuwe donoren bij. Waarom is normatief conformisme zoals dat door deze trends op Facebook tot uiting komt zo krachtig? Eén reden is dat leden die afwijken van de groep, die tegen de stroom ingaan, soms door andere groepsleden bespot, bestraft of zelfs verstoten worden (Abrams et al., 2014; James & Olson, 2000; Miller & Anderson, 1979). Dat kan tragische gevolgen hebben. In Japan kan een hele klas (en zelfs de volledige school) zich tegen een leerling keren die als anders wordt beschouwd. De leerlingen zullen die persoon beurtelings treiteren en mijden. In een zeer hechte, groepsgeoriënteerde cultuur als de Japanse kan dit soort gedrag vergaande en tragische gevolgen hebben: in één jaar pleegden twaalf tieners die het slachtoffer waren van treiterijen zelfmoord (Jordan, 1996). Een ander sociaal verschijnsel in Japan zijn de *hikikomori*, jongeren (voornamelijk jongens) die zich geheel uit het sociale leven hebben teruggetrokken. Zij brengen al hun tijd door op hun kamer in het ouderlijk huis. Sommige hikikomori leven al meer dan tien jaar in afzondering. Japanse psychologen stellen dat veel hikikomori het slachtoffer waren van ernstige vormen van pesten voordat zij zich terugtrokken (Jones, 2006). In ons eigen land heeft het Centraal Bureau voor Statistiek (2015) onderzoek gedaan naar cyberpesten: het blijkt dat van de groep 15- tot 18-jarige vrouwen één op de zes slachtoffer is geweest van cyberpesten. Bij cyberpesten gaat het meestal om laster, bijvoorbeeld persoonlijke foto's of filmpjes die via internet worden verspreid, of het gaat om verhalen of roddels die worden verteld.

De mens is van nature sociaal. Er zijn maar weinig mensen die gelukkig kunnen zijn met een leven als kluisenaar. Via interacties met anderen krijgen we emotionele steun, affectie en liefde, en maken we prettige dingen mee. Andere mensen zijn bijzonder belangrijk voor ons gevoel van welbevinden. Uit onderzoek naar mensen die lange perioden geïsoleerd hebben geleefd, blijkt dat verstoken zijn van menselijk contact, stressvol en traumatisch is (Baumeister & Leary, 1995; Curtiss, 1977; Schachter, 1959; Williams & Nida, 2011). Gezien deze fundamentele menselijke behoefte aan sociale omgang is het niet verrassend dat we ons vaak conformeren om door anderen geaccepteerd te worden. Van conformisme om normatieve redenen is sprake in situaties waarin we doen wat andere mensen doen, niet omdat we hen als informatiebron gebruiken, maar omdat we geen aandacht willen trekken, niet belachelijk gemaakt willen worden, niet in de problemen willen komen en niet verstoten willen worden. **Normatieve sociale invloed** treedt dus op wanneer de invloed van andere mensen ervoor zorgt dat we ons conformeren om door hen aardig gevonden en geaccepteerd te worden. Dit type conformisme leidt tot openlijke overname van de opvattingen en het gedrag van de groep, maar niet noodzakelijkerwijs tot innerlijke acceptatie (Cialdini, Kallgren & Reno, 1991; Deutsch & Gerard, 1955; Nail, McDonald & Levy, 2000).

Je kijkt er waarschijnlijk niet van op dat mensen zich soms conformeren om aardig gevonden en geaccepteerd te worden door anderen. Zo erg is dat toch niet?, denk je misschien. Als de groep belangrijk voor ons is en als we ervoor kunnen zorgen dat we geaccepteerd worden door de juiste kleding te dragen of

de juiste woorden te gebruiken, waarom zouden we dat dan niet doen? Maar als het om belangrijker soorten gedrag gaat, zoals het kwetsen van een ander, zullen we de druk om ons te conformeren natuurlijk weerstaan. En we zullen ons natuurlijk niet conformeren als we zeker weten hoe we ons het best kunnen gedragen en als de druk afkomstig is van een groep die ons toch niet zoveel kan schelen. Of werkt het niet zo?