

The Social Self: Social Identity 30-04-2012

Identiteiten en hoe je denkt dat anderen je zien. Er zijn verschillende identiteiten die op andere momenten naar boven komen. Sommige identiteiten zijn chronisch en andere zijn situationeel.

Voor mensen die sportief zijn werken sportieve energiedranken beter dan voor mensen waarbij dit minder belangrijk is.

Salience of ethnic identity? Verschil tss zwart en blank.

Salience: tijdelijk geactiveerd en tijdelijk belangrijk

2 studies met interessante resultaten zie slides

Social identity (importance and salience) influences preferences for identity relevant products

Direct causal link between self-importance and product relevance (Study 1)

Self-importance of the identity is more influential when this identity is salient (Study 2)

Products could be made more attractive if:

- They are presented as relevant
- to the identity which is currently salient
- Could identity cues change the attitude toward identity relevant products?
- Yes, identity cues make the attitude more positive when that identity is more important
- Social identity influences which identity we
- react to and finally - which products we like

Les 2 Nederlandstalig

Dove campagne tegen het slanke vrouwbeeld. My body and me in Flair. Maar ook dieëten ,....

Richins 1991 (alleen wat in les is gezegd)

- we voelen ons slechter bij het zien van slanke modellen
- Deelnemers: vrouwen
- Advertenties beoordelen met vs. zonder aantrekkelijke modellen
- Hoe tevreden met eigen lichaam?
- **RESULTAAT: minder tevreden met zichzelf na het zien van advertenties met aantrekkelijke modellen**

- = **CONTRAST** effect tegenover de vergelijkingsstandaard: ik vergelijk mijzelf met het slanke model en ik ben het niet dus contrast.

Mills et al. 2002

- Deelnemers: vrouwen
- Advertenties beoordelen met slanke vs. zware modellen vs. geen modellen
- Hoe tevreden met eigen lichaam?
- **RESULTAAT:** meer tevreden met zichzelf na het zien van advertenties met slanke modellen
- = **ASSIMILATIE** effect tegenover de vergelijkingsstandaard

Toegankelijkheid zelfkennis

Afhankelijk van de context focus ergens anders op leggen, ofwel op gelijkenissen ofwel op verschillen.

Smeester & Mandel (2006, JCR) -Positive and negative media - image effects on the self

Extremiteit van het model

Zie de slides voor modellen

- Open vraag: geen referentiepunt, geeft toegankelijke zelfkennis weer
 - Zie voorgaande slides
 - Schaal: dringt referentiepunt op
 - De vergelijkingsstandaard (model) dient als anchor (eindpunt) van de schaal
 - Induceert contrasteffect
- Body Mass Index? Ja dit speelt een rol er is ondertussen al onderzoek naar gedaan.
- Speelt leeftijd een belangrijke rol?
- Gelden deze resultaten ook voor mannen?
- Duur van effecten na het zien van dergelijke advertenties?
- Invloed op marketinggerelateerde variabelen

Productattitude, koopintentie

Paper 3: Social influence and body type on food choices

Hoe onze keuzes worden geschapen door anderen hun keuze.

Er is wel degelijk sociale invloed op onze voedingskeuze. Afhankelijk van hoe ik wil dat anderen me zien ga ik meer of mindere porties nemen.

Aspirational group

- wish to be part of ("chef's cut")

Dissociative group

- wish to avoid ("ladies cut")

Obese – dissociative group

