

eStudie.no – presenterer:

---

# Sosialiseringsprosessen

---

«Hvordan omgivelsene styrer vår atferd»

Skrevet av: Kjetil Sander © Juli 2020



# Forord

Dette er en av 5 e-bøker om hva som skaper og styrer menneskelig atferd. I denne e-boken går vi igjennom hvordan omgivelsene våre påvirker vår atferd. Dette er en av fem faktorer som påvirker all menneskelig atferd.

Foruten denne e-boken inngår følgende e-bøker i serien om menneskelig atferd:

- 1. Menneskelig atferd**
- 2. Genetikk: - utseende & atferd**
- 3. Læring**
- 4. Menneskelig modning**

E-bøkene finner du her: <https://estudie.no/medlemskap/>

# Innholdsfortegnelse

FORORD .....	2
INNHALDSFORTEGNELSE .....	3
<b>1 SOSIALISERINGSPROSESSEN .....</b>	<b>7</b>
1.1 BYGGER PÅ SOSIAL LÆRINGSTEORI .....	7
1.2 SOSIALISERINGSPROSESSENS FORMÅL .....	8
1.3 SOSIALISERINGSPROSESSENS FIRE STADIER .....	8
1.4 SOSIALE NORMER .....	8
1.5 SOSIAL KONTROLL .....	8
1.6 PRIMÆRSOSIALISERING OG SEKUNDÆRSOSIALISERING .....	9
1.7 FORMELLE OG UFORMELLE SOSIALISERINGSAGENTER .....	10
1.8 SOSIALISERINGSPRAKSIS .....	10
1.9 KJØNNNS SOSIALISERING .....	11
1.10 KONKLUSJON .....	11
<b>2 ØKOLOGISK UTVIKLINGSMODELL .....</b>	<b>13</b>
2.1 4 DEL-SYSTEMER .....	13
2.2 MICROSYSTEMET .....	14
2.3 MESOSYSTEMET .....	15
2.4 EXOSYSTEMET .....	15
2.5 MACROSYSTEMET .....	15
2.6 VEKSTFAKTORER .....	15
2.7 OPPSUMMERING .....	16
<b>3 PRIMÆRSOSIALISERING .....</b>	<b>18</b>
3.1 FAMILIEN .....	18
3.1.1 <i>Danner vårt selvbilde, verdigrunnlag, grunnholdninger og styrer vår adferd</i> .....	18
3.1.2 <i>Familien bestemmes av tilhørighet - ikke av fortjeneste</i> .....	19
3.1.3 <i>Foreldrene fungerer som et forbilde for vår egen familie</i> .....	19
3.1.4 <i>Felles mål, verdier, holdninger, kutyper og artifakter holder familien sammen</i> .....	20
3.1.5 <i>Sivilstatus</i> .....	20
3.1.6 <i>Familiemedlemmenes interaksjon</i> .....	20
3.1.7 <i>"Buying Center"</i> .....	20
3.1.8 <i>Familiemedlemmenes beslutningsområder</i> .....	21
3.1.9 <i>Familiens livssyklus</i> .....	22
3.1.9.1 <i>A. Ungkar/ungkarskvinne</i> .....	22
3.1.9.2 <i>B. Nygifte</i> .....	22
3.1.9.3 <i>C. Det fulle rede, I</i> .....	22
3.1.9.4 <i>D. Det fulle rede, II</i> .....	22
3.1.9.5 <i>E. Det fulle rede III</i> .....	23
3.1.9.6 <i>F. Det tomme rede, I</i> .....	23
3.1.9.7 <i>G. Det tomme rede, II</i> .....	23
3.1.10 <i>"Bumerang - kids"</i> .....	23
3.1.11 <i>Utradisjonell familie</i> .....	23
3.1.12 <i>Den utvidede familiesyklusen</i> .....	24
3.2 BARNEHAGEN OG SKOLEN .....	24
3.3 VENNER OG REFERANSEGRUPPER .....	24
3.3.1 <i>Hva er en venn?</i> .....	25
3.3.2 <i>Aristoteles tre vennskapstyper</i> .....	25
3.3.2.1 <i>Nyttevennskap</i> .....	25

3.3.2.2	Lystvennskap.....	25
3.3.2.3	Det gode vennskap .....	25
3.3.3	Hva inneholder et vennskap?.....	26
3.3.4	Hvordan bør et vennskap være?.....	26
3.3.5	Hvorfor har vennene så stor påvirkningskraft?.....	26
3.3.6	Bandwagon - effekt.....	27
3.4	REFERANSEGRUPPER.....	27
3.4.1	Hva er en referansegruppe?.....	28
3.4.2	Hva er en referanseperson?.....	28
3.4.3	Definisjon av referansegruppe .....	28
3.4.4	Definisjon av referanseperson.....	28
3.4.5	Fiktiv referansegruppe .....	29
3.4.6	Aspirasjonsgruppe.....	29
3.4.7	Hvordan påvirker referansegruppene vår atferd?.....	29
3.4.8	Hva avgjør referansegruppens makt?.....	30
3.4.9	Referansegruppe inndeling .....	31
3.4.9.1	Primærgrupper som referansegruppe .....	31
3.4.9.2	Sekundærgrupper som referansegruppe.....	31
3.4.9.3	Formelle grupper som referansegruppe .....	32
3.4.9.4	Uformelle grupper som referansegruppe .....	32
3.4.9.5	Medlemsgrupper .....	33
3.4.9.6	Symbolske grupper .....	33
3.4.9.7	Normative grupper .....	33
3.4.9.8	Komparative grupper .....	33
3.4.9.9	Direkte grupper.....	33
3.4.9.10	Tilfeldig grupper .....	33
3.4.9.11	Vennsksgrupper .....	33
3.4.9.12	Handlegrupper .....	33
3.4.9.13	Jobb grupper .....	33
3.4.9.14	Virtuelle grupper og "Communities" .....	33
3.4.9.15	"Consumer Action Groups" .....	34
3.4.10	Gruppedynamikken til referansegruppen.....	34
3.5	TOSTEGS HYPOTESEN - "JUNGELTELEGRAFEN" (WORD OF MOUTH) .....	35
3.6	OPINIONSLEDER / INFLUENCERE .....	36
3.6.1	Hva er en opionsleder?.....	36
3.6.2	Hvilken funksjon har opionslederne? .....	37
3.6.3	Hvilken makt og innflytelse har opionslederne? .....	37
3.6.4	Opionsledernes motivasjon .....	38
3.6.5	Bruk av kjendiser som opionsledere.....	38
<b>4</b>	<b>SAMFUNNSOSIALISERING (SEKUNDÆRSOSIALISERING).....</b>	<b>39</b>
4.1	HVA ER SAMFUNNSOSIALISERING? .....	39
4.2	SOSIALISERINGEN I ET MODERNE SAMFUNN .....	39
4.3	GENERASJONKLØFTENE ØKER.....	39
4.4	IDENTITET I ET MODERNE SAMFUNN .....	40
4.5	TEKNOLOGIDREVET SOSIALISERING .....	40
4.6	MEDIAS MAKT .....	40
4.6.1	"De allmektige mediene" .....	41
4.6.2	"De maktesløse mediene" .....	42
4.6.2.1	Persepsjonsprosessen .....	42
4.6.2.2	Tostegs hypotesen .....	43
4.6.2.3	Kritikk av tostegshypotesen .....	45
4.6.3	Medias funksjon .....	46
4.6.4	Den fjerde statsmakt.....	46
4.6.4.1	Den påvirkende makt.....	47
4.6.4.2	Interne interessegrupper .....	48
4.6.4.3	Eksterne interessegrupper .....	49
4.6.5	Taushetsspiralen (spiral av stillhet).....	51

4.7 KULTUR.....	52
4.7.1 Grunnleggende sekundærsosialisering .....	52
4.7.2 Definisjon -> Kultur.....	52
4.7.3 Hva er en kultur?.....	53
4.7.4 Kulturen er både synlig og usynlig .....	53
4.7.5 Det kulturelle isfjellet .....	53
4.7.6 Kulturmønstre .....	54
4.7.7 Kulturen er det kollektive nivået .....	55
4.7.8 Kulturell "løk" .....	56
4.7.9 Kultur - Verdier - Holdninger - Atferd.....	58
4.7.10 Hva skaper en kultur?.....	58
4.7.11 Kultur - en funksjon av all sosialisering i samfunnet .....	59
4.8 SUBKULTUR.....	60
4.8.1 Hva er en subkultur? .....	60
4.8.2 Kulturpyramide .....	61
4.8.3 Virksomhetens kultursystem .....	61
4.8.4 Et komplisert rollesystem .....	62
4.8.5 Gruppekulturen er viktigst .....	64
4.9 SOSIALE KLASSER .....	65
4.10 VERDIER .....	66
4.10.1 Hva er en verdi?.....	66
4.10.2 Karakter.....	67
4.10.3 Verdier forteller oss hvordan vi bør handle .....	68
4.10.4 Verdier kan forstås ut fra nivåtenkning og hvordan de er organisert .....	68
4.10.5 Folk er forskjellige på grunn av deres valg og prioriteringer av verdier.....	68
4.10.6 Handlingene - ikke ord - viser folks verdier .....	69
4.10.7 Videre lesing.....	69
4.11 MORAL OG ETIKK .....	69
4.11.1 Kohlbergs teori om moralsk utvikling.....	70
4.11.1.1 Stadium 1. Lydighet basert på frykt for straff .....	70
4.11.1.2 Stadium 2. Naiv egoisme.....	70
4.11.1.3 Stadium 3. "Snill gutt/snill pike" -orientering .....	71
4.11.1.4 Stadium 4. "Lov og orden" - orientering .....	71
4.11.1.5 Stadium 5. Orientering mot sosial overenskomst .....	71
4.11.1.6 Stadium 6. Orientering mot universelle etiske prinsipper .....	71
4.11.2 Et resultat av sosialisering.....	71
4.11.3 Samvittighet (etisk vilje).....	72
4.11.3.1 Hva er samvittighet? .....	72
4.11.3.2 Samvittighet er ikke det samme som skjeleevne .....	72
4.11.3.3 Hva kjennetegner samvittighetsfulle personer? .....	72
4.11.3.4 Hva skaper vår samvittighet?.....	73
4.11.3.5 Samvittigheten angir hvilke handlinger som er subjektivt riktige.....	73
4.12 SOSIALE OG MORALSKE NORMER .....	74
4.12.1 Sosiale normer.....	74
4.12.2 Moralske normer.....	74
4.13 NORMENES MAKT .....	75
4.13.1 Kulturell og kommunikativ kompetanse.....	76
4.13.2 Konstituerende og strategiske normer.....	76
4.13.3 Norm former.....	77
4.14 SOSIALE ROLLER (UFORMELLE- OG FORMELLE ROLLER).....	77
4.14.1 Hva er en sosial rolle?.....	77
4.14.2 Formelle og uformelle roller .....	78
4.14.3 Sosial rolleatferd .....	78
4.14.4 Situasjonsroller, posisjonsroller og statusroller.....	79
4.14.5 Sosial status.....	79
4.14.6 Ervævede roller .....	79
4.14.7 Spesifikke eller diffuse roller.....	79

4.14.8	<i>Komplementære roller</i> .....	80
4.14.9	<i>Konstituerende og strategiske normer</i> .....	80
4.14.10	<i>Rollekonflikt</i> .....	80
4.14.10.1	<i>Rollesettkonflikt</i> .....	80
4.14.10.2	<i>Interrollekonflikt</i> .....	81
4.15	<b>ARTEFAKTER OG SYMBOLER</b> .....	82
4.15.1	<i>Hva er en artefakt?</i> .....	82
4.15.2	<i>Artefakter = Kulturelle symboler</i> .....	82
4.15.3	<i>1 av 3 kulturelle nivåer (Scheines modell)</i> .....	82
4.15.4	<i>1 av 4 kulturelle nivåer (Hatch modell)</i> .....	83
4.15.5	<i>Tre typer atifakter</i> .....	83
4.15.6	<i>Instrumentelt og symbolsk innhold</i> .....	84
<b>5</b>	<b>KILDER</b> .....	<b>85</b>

# 1 Sosialiseringprosessen

*Sosialisering* er:

*Den prosessen alle mennesker i alle samfunn går gjennom for å lære normene, verdiene, ferdighetene og kunnskapene de trenger i samfunnet de inngår i.*

Denne prosessen kaller vi for **sosialiseringprosessen**, og er et uttrykk for all den sosiale læring vi har gått igjennom siden fødselen for å lære oss å passe inn og fungere i det samfunnet og de sosiale gruppene vi er en del av.

Med **sosial læring** menes:

*Den læringen vi gjør oss gjennom samvær med andre mennesker om hvilke kulturelle mønstre og sosiale normer de forventer vi skal følge i ulike sosiale roller for å bli sosialt akseptert i den kulturen, sub-kulturen, de sosiale klassene og referansegruppene vi inngår i.*

## 1.1 Bygger på sosial læringsteori

Teoriene om sosialiseringprosessen bygger på teoriene innen sosial læringsteori som prøver å forklare hvordan vår personlighet blir formet gradvis gjennom sosial læring siden vi blir født.

Læringen skjer fra fødselen ved at barnet blir belønnet og straffet for ulike handlinger og væremåter, og ved at barnet observerer andre som blir belønnet og straffet for det de gjør. Ubevisst overtar barnet innstillinger fra den nærmeste familie-kretsen, særlig fra familien. Senere får det sosiale miljøet som omgir den enkelte stadig større innflytelse på hvilke [holdninger](#) og atferd den enkelte utviser.

I følge sosial læringsteori blir vår atferd i stor grad bestemt av hvilke forventninger vi tror omgivelsene og andre har til oss. Atferden vår vil derfor variere fra situasjon til situasjon.

Selv om vi aldri slutter å lære av tilbakemeldingene vi får fra omgivelsene hver gang vi sier eller gjør noe, er læringsbetingelsene de 4 første årene av menneskets liv spesielt viktig for utformingen av vår [personlighet](#) og atferd ifølge sosial læringsteori.