

# INFLUENZA SOCIALE

## CONFORMISMO E FORZA DELLA MAGGIORANZA

---

Gli studi sul conformismo risalgono ai contributi di:

- Sherif (1935)
- Asch (1955)

Sherif (1935): quali sono i meccanismi che in situazioni ambigue portano alla formazione delle norme che orientano il comportamento dei membri di un gruppo?

- *Esempio*: esperimento sull'effetto autocinetico
- Un individuo:
  - in una sala oscura senza alcun punto di riferimento
  - deve valutare il movimento apparente di un punto luminoso proiettato su uno schermo bianco
  - tre condizioni sperimentali

# INFLUENZA SOCIALE

## CONFORMISMO E FORZA DELLA MAGGIORANZA



### Risultati:

- Condizione 1: l'individuo di fronte ad uno stimolo instabile e non strutturato fissa un campo di variazione ed una norma specifica
- Condizione 2: i campi di variazione che gli individui hanno fissato individualmente tendono a convergere nella situazione di gruppo
- Condizione 3: gli individui stabiliscono un campo di variazione del giudizio e una norma specifici per il proprio gruppo. L'effetto della norma di gruppo persiste anche nella situazione individuale

# INFLUENZA SOCIALE

## CONFORMISMO E FORZA DELLA MAGGIORANZA

---

Asch (1955): i fenomeni di convergenza delle norme e i fenomeni di consenso sociale sono spiegati in modo razionale

**Esperimento:** si crea una situazione di compito percettivo non ambiguo: 8 individui giudicano quale di 3 linee verticali di diversa lunghezza è uguale a una linea standard

### Giudizio espresso pubblicamente

- Condizione sperimentale: 7 complici dello sperimentatore danno risposte deliberatamente non corrette in modo unanime.
- Condizione di controllo: ciascun soggetto dà risposte non concordate al compito percettivo

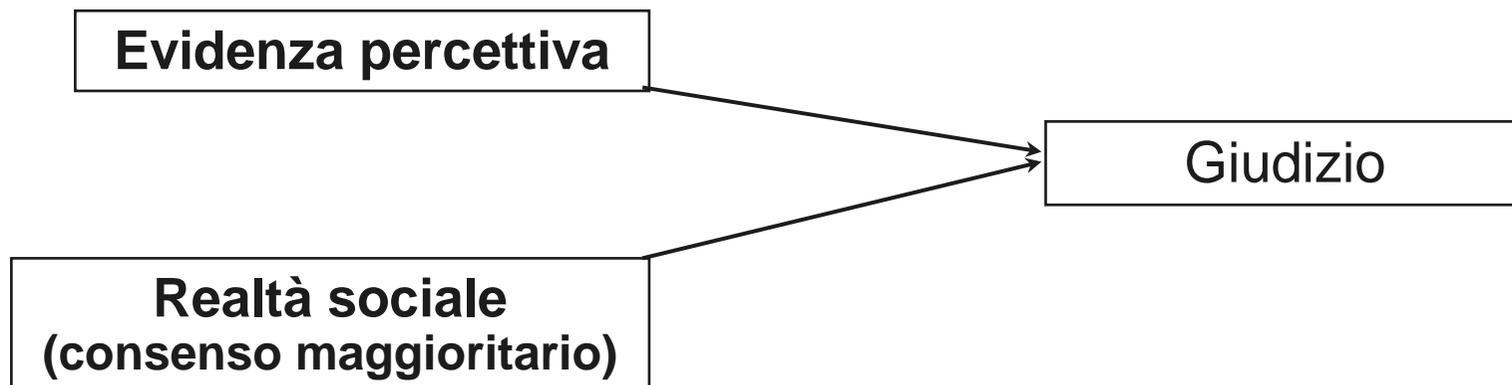
### Risultati:

- Condizione sperimentale: 1/3 dei soggetti sposta il proprio giudizio verso la maggioranza

# INFLUENZA SOCIALE

## *CONFORMISMO E FORZA DELLA MAGGIORANZA*

---



# INFLUENZA SOCIALE

## CONFORMISMO E FORZA DELLA MAGGIORANZA

---

La spinta a conformare il proprio giudizio a quello degli altri è:

- Un processo di ragionamento e non di suggestione
- Determinato da informazioni sulla realtà
- Finalizzato a ottenere una visione oggettiva del mondo

Secondo Deutsch e Gerard (1955) è necessario distinguere tra:

- ***influenza normativa***: la forza che spinge un soggetto, in quanto membro di un gruppo, a rispondere alle attese positive di uno o più membri del proprio gruppo
- ***influenza informativa***: la forza che spinge un individuo isolato ad accettare le informazioni degli altri come prova circa la realtà  
L'influenza normativa risulta essere più forte di quella informativa

# INFLUENZA SOCIALE

## *CONFORMISMO E FORZA DELLA MAGGIORANZA*

Moscovici individua 5 proposizioni alla base del modello funzionalista dell'influenza sociale:

- L'influenza sociale è distribuita in modo disuguale e viene esercitata secondo una modalità unilaterale
  - Solo chi ha potere esercita influenza
  - Chi ha il potere costituisce la maggioranza in grado di influenzare la minoranza
  - Chi non ha potere può adeguarsi o porsi in posizione di marginalità
  
- La funzione dell'influenza sociale è quella di mantenere e rinforzare il controllo sociale
  - Gli individui formano un gruppo solo grazie al controllo sociale
  - Approccio di tipo struttural-funzionalista

# INFLUENZA SOCIALE

## *CONFORMISMO E FORZA DELLA MAGGIORANZA*

---

Le relazioni di dipendenza determinano la direzione e la rilevanza dell'influenza sociale esercitata in un gruppo

- Asimmetria legata a status, ruolo e competenza:
  - Chi ha un status alto esercita maggiore influenza rispetto a chi ha uno status inferiore
  - Chi ha uno status alto influenza chi ha uno status inferiore

*Esempio:* esperimento di Milgram (1964) sull'obbedienza all'autorità

Il consenso che l'influenza è tesa a raggiungere è basato sulla norma dell'obiettività

Quando non c'è una verità obiettiva, gli individui cercano una verità convenzionale sulla base dell'ampiezza di consenso che l'opinione riceve

*Esempio:* Teoria del confronto sociale (Festinger, 1954)

# INFLUENZA SOCIALE

## *CONFORMISMO E FORZA DELLA MAGGIORANZA*

---

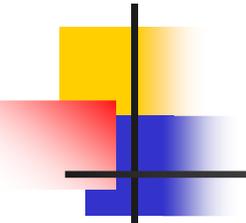
Tutti i processi sono visti nella prospettiva del conformismo, e il conformismo è considerato sottofondo comune di questi processi

- Kiesler (1969): ogni cambiamento nel comportamento e delle credenze in direzione del gruppo è il risultato di una pressione di gruppo reale o immaginaria
- Ogni forma di influenza porta al conformismo

Secondo Moscovici il “modello funzionalista dell’influenza sociale”:

- rappresenta una visione troppo riduttiva e meccanicistica dell’influenza sociale
- non spiega i fenomeni di innovazione nei gruppi

Moscovici contrappone al modello funzionalista dell’influenza sociale il modello genetico dell’influenza sociale



# MODELLO GENETICO DELL'INFUENZA SOCIALE

---

- Il modello genetico dell'influenza sociale permette di:
- Superare i limiti del modello funzionalista
  - Affrontare nuovi problemi che il modello funzionalista non considera
  - Secondo il modello genetico infatti tutti i membri di un gruppo sono:
    - Sia portatori di influenza
    - Sia bersagli di influenza
  - L'influenza quindi:
    - Non è necessariamente asimmetrica cioè: dalla maggioranza alla minoranza
    - Non è solo funzionale al conformismo e all'uniformità ma anche al cambiamento sociale e all'innovazione

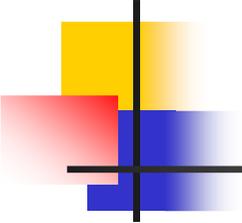
# INFLUENZA

## MAGGIORITARIA/MINORITARIA

***Influenza maggioritaria:*** si ha quando esiste una collaborazione tra chi riceve influenza e chi la esercita

***Influenza minoritaria:*** definisce una posizione antagonista e alternativa alla maggioranza





# NEGOZIATO

---

- Ogni partner ha la possibilità di proporre il proprio sistema di riferimento accettando o rifiutando quello dell'altro
- Accento è spostato dai:
  - Fattori predeterminati (assetto del gruppo e potere)
  - Al negoziato che ha luogo nell'interazione sociale

# INFLUENZA

## MAGGIORITARIA/MINORITARIA

---

In questa prospettiva, secondo Moscovici la minoranza:

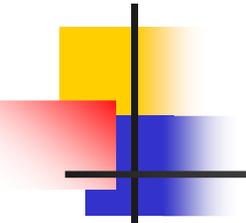
- La minoranza non è intesa solo a livello quantitativo, ma come gruppo che si batte contro le norme dominanti;
- La maggioranza non è intesa solo a livello quantitativo, ma come gruppo che assume e diffonde le norme dominanti.

La fonte di influenza:

- non è fondata su relazione di potere ma ha sede nei significati che emergono dall'insieme dei comportamenti dei soggetti (minoritari) durante gli incontri e le interazioni con i loro interlocutori

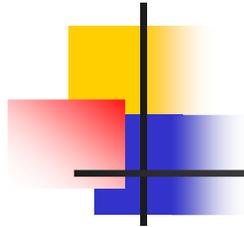
Importanza dello stile di comportamento adottato dalla minoranza nell'interazione e nei negoziati con la maggioranza

# STILI DELLA MINORANZA

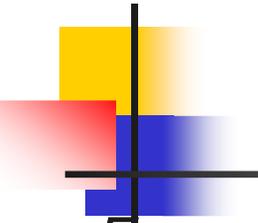


- Stile di comportamento della minoranza:
  - 1) ***Consistenza sincronica del comportamento:***
    - Unanimità totale nell'espressione delle posizioni minoritarie
  - 2) ***Consistenza diacronica del comportamento:***
    - Ripetizione ferma e sistematica di una risposta in occasioni successive
    - Ripetizione non contraddittoria della risposta
  
- Consistenza diacronica fornisce informazioni
  - Sul modo di vedere la realtà della minoranza
  - Sulla minoranza stessa: fermezza e sicurezza di sé attraverso sacrifici personali (rappresaglie, incomprensioni, scherzi)

# STILI DELLA MINORANZA



- Perché la consistenza diacronica abbia influenza:
  - deve essere riconosciuta dalla maggioranza
  - deve essere attribuito al comportamento della minoranza caratteristiche di sicurezza e autonomia
  
- Stile di negoziato adottato dalla minoranza:
  - Rigidità della minoranza: intransigente rifiuta ogni compromesso
    - minoranza considerata estremista e fatica a esercitare influenza
  
  - Flessibilità della minoranza: disponibilità a fare concessioni per non accentuare il conflitto
    - minoranza può esercitare influenza



# STILI DELLA MINORANZA

---

*Esempio:* esperimenti di Mugny (1974) e Papastamou (1979)  
Messaggi sull'inquinamento ambientale attribuiti ad un gruppo minoritario

- **Stile rigido:**

- Bisogna chiudere le industrie che non rispettano le norme di protezione ambientale

- **Stile flessibile:**

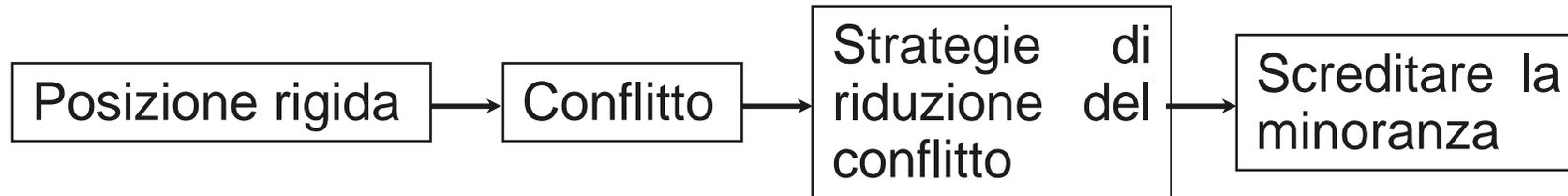
- Bisogna obbligare chi costruisce automobili ad attrezzare i veicoli con accorgimenti anti-inquinamento

Prima e dopo avere letto le comunicazioni i soggetti compilavano un questionario con item diretti ed indiretti sul problema dell'inquinamento

Risultati: lo stile flessibile porta a una influenza rilevante e diretta

# SCREDITARE LE MINORANZE

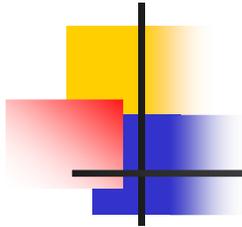
Perché lo stile flessibile è più efficace dello stile rigido?



Le minoranze vengono screditate attraverso:

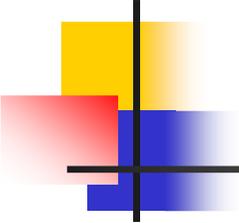
- L'attribuzione di un errore sistematico (es. dogmatismo)
- La naturalizzazione (Doise, Deschamps e Mugny, 1980)
- Attribuendo la causa dei comportamenti a proprietà idiosincratiche della minoranza:
  - *Biologizzazione* (perché è una donna, perché è tarato)
  - *Psicologizzazione* (per carattere, per intelligenza limitata)
  - *Riduzione al sociologico* (è un comunista)

# CONDISCENDENZA E CONVERSIONE



L'influenza maggioritaria e l'influenza minoritaria hanno effetti diversi?

- Influenza maggioritaria porta a condiscendenza:
  - Un cambiamento a livello manifesto (sociale)
  - Raramente a un cambiamento a livello profondo
  
- Influenza minoritaria porta a conversione:
  - Un cambiamento a livello latente
  - Qualche volta a un cambiamento a livello manifesto



# ESPERIMENTO “AFTER-EFFECT”

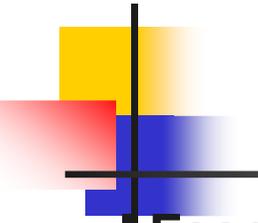
---

## After-effect

Esperimento dell'after-effect (effetto consecutivo) di Moscovici e Personnaz (1976)

Cos'è l'after effect? Se si guarda un colore per alcuni secondi e poi si fissa uno schermo bianco si percepisce il colore complementare :

- Se si fissa il **Blu** = il colore complementare è **giallo - arancio**
- Se si fissa il **Verde** = il colore dell'after effect (complementare) **rosso – porpora**



# ESPERIMENTO “AFTER-EFFECT”

---

**I Fase:** 5 prove in cui coppie di individui danno in privato risposte su:

- a) Colore della diapositiva (blu)
- b) Il colore dell'after effect

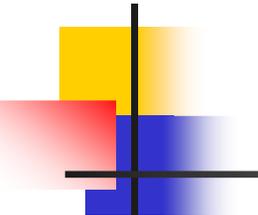
■ **Induzione maggioritaria e minoritaria:** il ricercatore dà informazioni su come altri soggetti hanno risposto al questionario:

■ **Condizione maggioritaria:** 18,2% di questi soggetti aveva risposto blu, 81,8% aveva risposto verde

■ **Condizione minoritaria:** 81,8% di questi soggetti aveva risposto blu, 18,2% aveva risposto verde

**II Fase:** influenza vera e propria. 15 prove e le risposte sono date a voce alta

- Il complice dello sperimentatore risponde per primo e invariabilmente “verde”



# ESPERIMENTO

## “AFTER-EFFECT”

---

**III Fase:** diapositiva proiettata 15 volte e i soggetti danno risposte in privato su:

- a) colore della diapositiva (blu)
- b) colore dell'after effect

Fine III fase il complice lascia la sala con un pretesto

**IV Fase:** Il soggetto risponde ad un'altra seduta di 5 prove sul:

- a) colore della diapositiva (blu)
- b) colore dell'after effect

Risultati:

- Nei risultati della II fase non c'era differenza tra le due condizioni
- Nella III fase nella condizione di influenza minoritaria le risposte sull'after effect si orientano verso il colore complementare del verde
- Il risultato è più evidente quando la fonte di influenza è assente

# INFLUENZA E CONFLITTO

## Il conflitto nel processo di influenza

- Come si attivano i processi di influenza maggioritari e minoritari?
- Di fronte a una maggioranza consistente che trasmette un messaggio in contrasto con le opinioni condivise:
  - L'individuo considera il messaggio vero, legittimato dal prestigio, dalla numerosità o dal potere della fonte
  - L'individuo, se non è d'accordo, si sente deviante e si adegua per non essere diverso
- I processi di influenza minoritaria richiedono:
  - Elaborazione più prolungata
  - Attività cognitiva
    - Confronto fra sé e fonte di influenza
    - Validazione della posizione innovativa

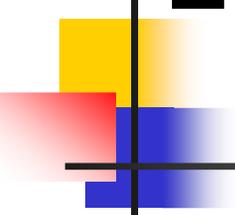
# ELABORAZIONE DEL CONFLITTO



Teorie dell'elaborazione del conflitto (Perez e Mugny, 1993):

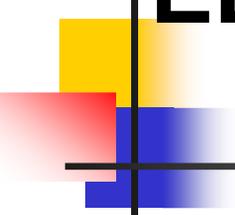
- I livelli di influenza (manifesta o latente) sono effetto del modo in cui il soggetto si rappresenta la situazione
- In un primo tempo di fronte a una minoranza consistente che trasmette un messaggio in contrasto con le opinioni condivise:
  - L'individuo scredita la fonte (deviante) e il messaggio (falso)
  - L'individuo si identifica con la maggioranza e rifiuta la minoranza
- I sentimenti di identificazione con la maggioranza e di differenziazione verso la minoranza che va contro le opinioni condivise, divengono salienti. Di conseguenza:
  - la coesione tra i membri della maggioranza viene rinsaldata

# ELABORAZIONE DEL CONFLITTO



---

- Successivamente se la minoranza è consistente (conferma la propria definizione di realtà) il conflitto continua e porta i membri della maggioranza:
  - a considerare il punto di vista della minoranza
    - Rielaborazione psicologica della categorizzazione della fonte
    - Rielaborazione degli attributi della fonte
    - Rielaborazione dei contenuti del messaggio
  - a cercare un principio organizzatore delle posizioni minoritarie



# ELABORAZIONE DEL CONFLITTO

---

- L'attività di validazione delle ragioni della minoranza può portare la maggioranza ad esternare, almeno parzialmente, l'accettazione delle tesi minoritarie
- Secondo Perez e Mugny (1989):
- Questo lungo processo può spiegare la distanza di tempo o la forma indiretta con cui l'influenza minoritaria di manifesta