

Influenza sociale

Maggioranza, minoranza e autorità

Alcune definizioni ...

- **Influenza sociale:** processo in cui il destinatario (o *bersaglio*) modifica il proprio comportamento, le proprie idee o i propri sentimenti in conseguenza del comportamento delle idee o dei sentimenti espressi da altri (*fonte o agente di influenza*) (Mucchi Faina, 1996).
- **Conformity**
 - **Conformità:** adattamento alla posizione della fonte.
 - **Conformismo:** adeguamento passivo alle idee o opinioni degli altri.
- **Norma sociale:** è un modo largamente accettato di pensare, sentire e comportarsi, su cui gli appartenenti ad un gruppo concordano, considerandolo giusto ed appropriato (Smith & Mackie, 2004; vedi anche Thibaut & Kelley, 1959)

Valutare l'efficacia dell'influenza sociale: intensità e persistenza (Kelman, 1961; Kelman & Hamilton, 1989)

- **Compiacenza:** cambiamento temporaneo e solo apparente, dovuto alla capacità di controllo della fonte sul bersaglio.
- **Identificazione:** il bersaglio vuole instaurare una relazione soddisfacente con la fonte. La posizione della fonte è accettata sia in pubblico che in privato. L'effetto dura finché il bersaglio è motivato a mantenere la relazione con la fonte.
- **Interiorizzazione:** effetto più profondo è duraturo. La fonte è ritenuta competente; le informazioni vengono integrate nel proprio sistema di valori e conoscenze. L'effetto permane anche quando la fonte non è più presente.

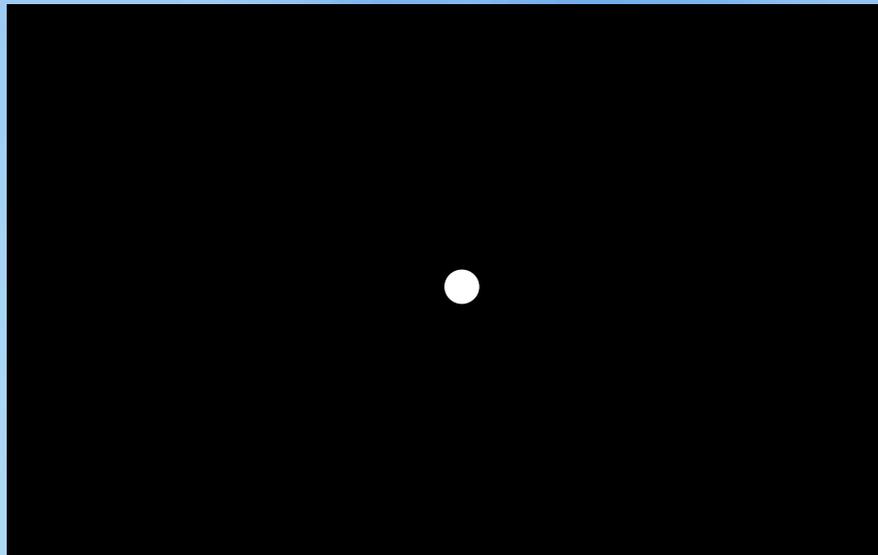
Influenza sociale: accidentale vs. deliberata

L'influenza accidentale

Come nascono le norme sociali: l'esperimento di Sherif (1936)

L'effetto autocinetico:

- Il partecipante è seduto in una stanza buia.
- Osserva un puntino luminoso che appare ad intervalli.
- Deve valutare l'ampiezza del movimento.
- In realtà, il movimento è solo apparente.



Come nascono le norme sociali: l'esperimento di Sherif (1936)

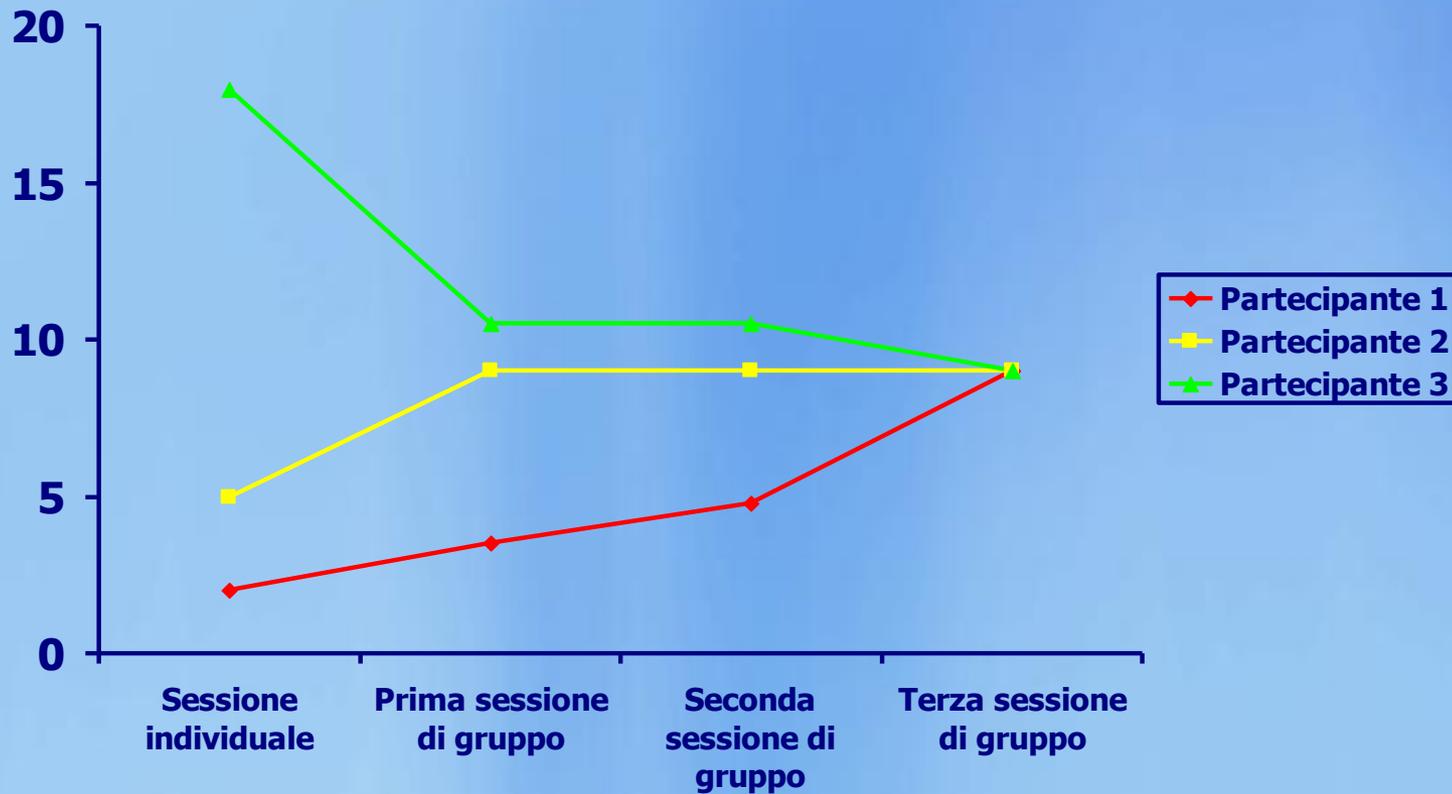
Due fasi:

- I partecipanti sono esaminati individualmente.
- Nei giorni seguenti ripetono lo stesso compito in gruppi di tre persone.

Risultati:

- Nella prima fase (ogni partecipante è solo nella stanza), i giudizi sono molto diversi; il range delle risposte va da 2 cm a circa 20 cm.
- Durante le sessioni di gruppo, i giudizi dei partecipanti tendono a convergere rapidamente: nasce una norma di gruppo.

Come nascono le norme sociali: l'esperimento di Sherif (1936)



- L'influenza della norma di gruppo dura nel tempo: dopo un anno, i partecipanti usano la stessa risposta, anche quando eseguono il compito individualmente (Rohrer et al., 1954; Stasson & Hawkes, 1995).
- In questo esperimento si osserva un'influenza reciproca tra i partecipanti che, partendo da posizioni individuali diverse, creano una norma di gruppo comune.

L'influenza accidentale: Facilitazione e inibizione sociale

- Nel 1898, Triplett osservò che i ciclisti correvano più velocemente in gruppo che da soli. Questo fenomeno è noto come facilitazione sociale: la mera presenza degli altri ci spinge a migliorare la nostra prestazione.
- In seguito, sono stati condotti numerosi studi con l'obiettivo di confrontare la performance degli individui quando svolgono un compito da soli rispetto a quando svolgono lo stesso compito in gruppi.
- I risultati ottenuti erano misti: alcuni studi documentavano un miglioramento, altri un peggioramento della prestazione (inibizione sociale).
- Diverse spiegazioni sono state fornite per spiegare questi risultati contrastanti.

Facilitazione e inibizione sociale: la teoria dell'impulso di Zajonc (1965)

- Zajonc sottolineò l'importanza del tipo di compito.
- La mera presenza degli altri porta ad un miglioramento della prestazione in compiti semplici o ben appresi, ad un peggioramento in compiti complessi o percepiti come difficili.
- La presenza di altri, infatti, facilita l'attivazione di risposte dominanti, ma inibisce le risposte nuove e/o complesse.
- Ma perché? La presenza di altri della stessa specie aumenta i livelli di arousal; si tratta di una risposta istintiva, innata, che aumenta la prontezza a rispondere a possibili azioni inaspettate degli altri.
- Questo determina un aumento delle risposte dominanti a scapito di quelle non dominanti.
- Zajonc ha dimostrato la sua tesi anche utilizzando scarafaggi come soggetti!

Facilitazione e inibizione sociale: l'apprensione da valutazione (Cottrell, 1968)

- Secondo Cottrell, l'aumento di arousal è appreso, non innato.
- Quando svolgiamo un compito alla presenza di altri, siamo consapevoli che la nostra prestazione sarà valutata.
- La consapevolezza di essere valutati è associata all'anticipazione di risultati positivi o negativi.
- Aumenta, quindi, il livello di arousal, che determina l'attivazione di risposte dominanti.
- Numerosi studi (condotti con esseri umani) hanno dimostrato che gli effetti di inibizione e facilitazione sociale sono ridotti quando le risposte possono essere fornite in privato o di fronte ad un pubblico che non giudica (ridotta salienza della valutazione)

Facilitazione e inibizione sociale: il conflitto di attenzione (Sanders, 1981)

- La presenza degli altri può produrre un conflitto tra prestare attenzione al compito e prestare attenzione agli altri.
- Il conflitto di attenzione aumenta l'arousal, con la conseguente facilitazione delle risposte dominanti e inibizione delle risposte non dominanti.

È necessario adottare un approccio integrativo per comprendere l'effetto che la presenza di altre persone ha sulla performance

L'influenza deliberata: l'acquiescenza



L'influenza deliberata: l'acquiescenza

- L'acquiescenza: il bersaglio acconsente ad una richiesta da parte della fonte, specificatamente nella forma di sottomissione. Ci sono tre principali tecniche per ottenere acquiescenza
 1. *Tecnica della porta in faccia*: il richiedente inizia con una richiesta estrema che viene quasi sempre rifiutata (ad es., Mi presti 50 Euro?), per poi presentare la richiesta (più moderata) che aveva in mente dal principio (Mi presti 5 Euro?).
Quando la fonte fa una concessione è normativo ricambiare, il bersaglio sente, cioè, di dover reciprocare. Motivazioni: desiderio di costruire e mantenere relazioni sociali, desiderio di vedersi come generosi.

L'influenza deliberata: l'acquiescenza

2. *Tecnica del piede nella porta*: il richiedente inizia con un piccolo favore, che viene quasi sempre concesso, per poi passare ad un favore più grande, collegato al primo.
Motivazione: bisogno di coerenza
3. *Tecnica del colpo basso*: l'acquiescenza viene ottenuta tenendo nascosti al bersaglio i reali costi della sua decisione; questi ultimi vengono svelati solo a posteriori, ma gli effetti dell'acquiescenza permangono. La tecnica si basa sul principio secondo cui, una volta coinvolte in un corso di azione, le persone siano disponibili ad accettare un incremento dei costi dell'azione stessa.

L'influenza (deliberata) della maggioranza: l'esperimento di Asch (1951)

L'esperimento di Sherif (effetto autocinetico) era caratterizzato da:

- Ambiguità
- Mancanza di strumenti
- Non esiste una sola risposta corretta

Asch decide di verificare gli effetti di influenza del gruppo (la maggioranza) sul singolo individuo, in un contesto di giudizio oggettivo.

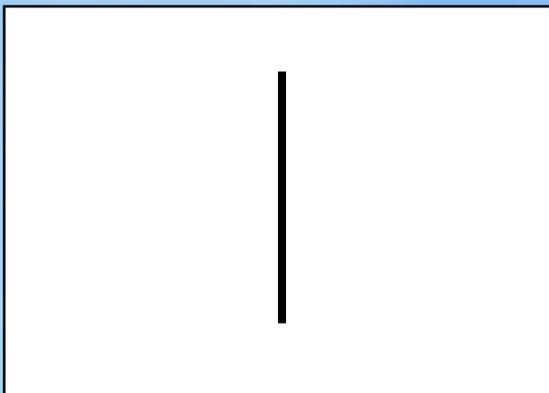
- Partecipanti: studenti universitari maschi
- Condizione sperimentale: in ogni sessione, 1 soggetto ingenuo e 8 collaboratori dello sperimentatore.
- Condizione di controllo: solo soggetti ingenui.

L'influenza della maggioranza: l'esperimento di Asch (1951)

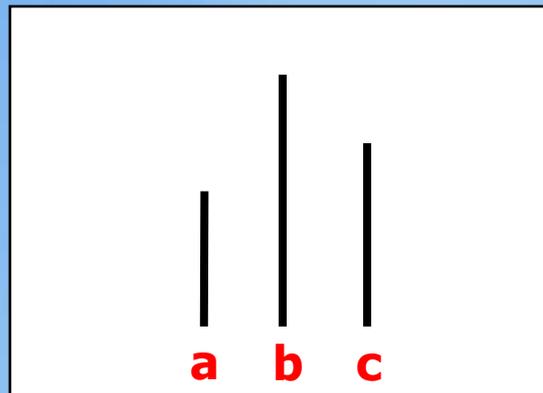
- Giudizio percettivo: data una linea di riferimento e tre linee di confronto, si tratta di individuare quale linea di confronto ha la stessa lunghezza della linea di riferimento.
- La lunghezza delle linee varia tra 5 e 22 cm; la differenza tra la linea di riferimento e le linee di confronto "sbagliate" è in media di 2,5 cm.
- I partecipanti forniscono a turno la loro risposta: in ogni prova, il partecipante ingenuo è il penultimo a rispondere.
- I partecipanti effettuano 18 valutazioni. Nelle prime due prove, tutti danno la risposta corretta.
- Alla terza prova – e in altre 11 prove critiche – i collaboratori dello sperimentatore forniscono, in modo unanime e concorde, una risposta sbagliata.
- Nella condizione di controllo, i partecipanti eseguono lo stesso compito, ma non ci sono collaboratori dello sperimentatore.

Es.:

Linea di riferimento



Linee di confronto



L'influenza della maggioranza: l'esperimento di Asch (1951)

Come si comportano i partecipanti veri?

Nella condizione sperimentale

- 3 partecipanti su 4 (75%!) fornirono almeno 1 risposta sbagliata.
- Il 50% dei partecipanti concordò con una risposta sbagliata in 6 o più prove.
- Complessivamente, circa un terzo delle risposte nelle prove cruciali (cioè, le prove in cui i collaboratori davano una risposta sbagliata), non si discostò dal giudizio erroneo della maggioranza.
- Nella condizione di controllo, in cui i partecipanti fornivano le loro risposte individualmente, il numero di errori era prossimo allo zero.
- I risultati sono sorprendenti, data la natura non ambigua del compito.

L'esperimento di Asch rappresenta una chiara dimostrazione del potere d'influenza della maggioranza: i partecipanti si lasciano influenzare dal giudizio della maggioranza, nonostante tale giudizio sia contrario alla loro stessa percezione.

**La maggioranza può produrre sia
compiacenza che accettazione**

Perché ci si conforma alle norme di gruppo?

1. Festinger (1950): costruzione sociale della realtà e obiettivi di gruppo.
2. Deutsch e Gerard (1955): influenza informativa vs. normativa.
3. Turner (1987): influenza informativa referente

Perché ci si conforma alle norme di gruppo?

1. Festinger (1950): la costruzione sociale della realtà'

- Nella nostra vita quotidiana, ci lasciamo guidare da un insieme di *credenze personali*: esse ci aiutano ad interpretare il mondo in cui viviamo e dirigono il nostro comportamento.
- Al fine di verificare la validità e la correttezza di tali credenze, e in *assenza di informazioni oggettive*, ci confrontiamo con gli altri: se gli altri sono d'accordo con noi, possiamo dedurre che il nostro modo di vedere la realtà è corretto. Gli altri sono, in genere, membri dell'ingroup.
- Viceversa, il disaccordo con gli altri produce incertezza e questa incertezza ci spinge a conformarci alla posizione del gruppo.

**Questo tipo di influenza è più probabile
in situazioni *nuove o ambigue* (Brown, 2005)**

Perché ci si conforma alle norme di gruppo?

1. Festinger (1950): gli obiettivi di gruppo

- Secondo Festinger, un altro fattore in grado di determinare l'uniformità alle norme di gruppo è la presenza di obiettivi o scopi importanti.
- In questo caso, il consenso facilita la coordinazione degli sforzi individuali verso la meta comune.

Perche' ci si conforma alle norme di gruppo?

2. Deutsch e Gerard (1955): influenza informativa vs. normativa.

- *Influenza informativa*: ci si conforma alla posizione degli altri perchè si crede che rifletta la realtà → Festinger (1950).
- *Influenza normativa*: ci si conforma perché si desidera essere accettati dal gruppo, non considerati estranei o diversi; la norma del gruppo non è necessariamente ritenuta valida.
- È difficile spiegare il conformismo osservato nell'esperimento di Asch come un effetto dell'influenza informativa: il compito richiedeva un giudizio percettivo non ambiguo.
- I gruppi sperimentali non avevano un obiettivo comune.
- Inoltre, durante le interviste al termine della prova sperimentale, alcuni partecipanti dichiararono di essersi adeguati per non apparire ridicoli.

Perche' ci si conforma alle norme di gruppo?

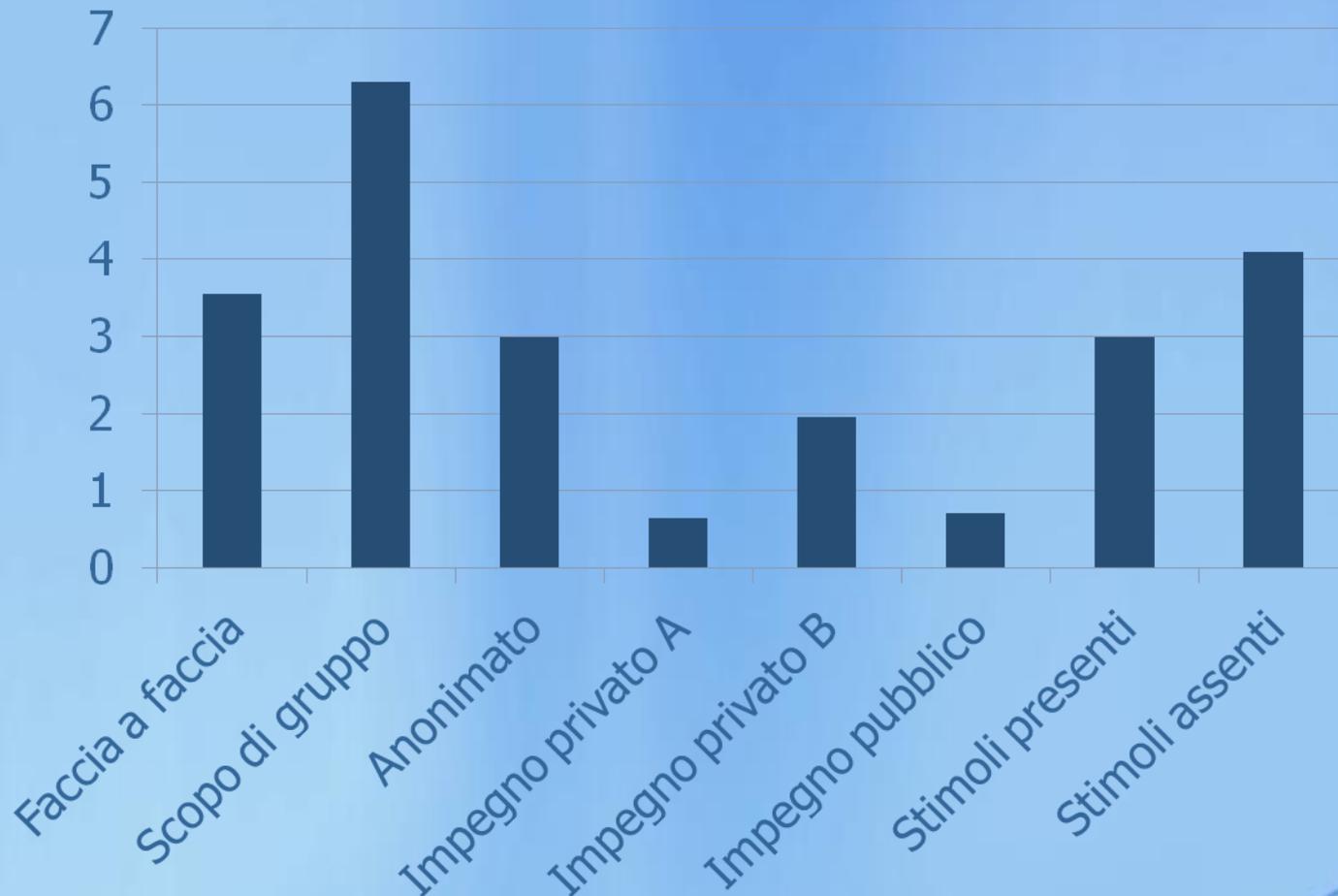
2. Deutsch e Gerard (1955): l'esperimento.

- Viene usato lo stesso paradigma di Asch, con alcune modifiche.
- In ogni sessione: 1 soggetto ingenuo + 3 collaboratori dello sperimentatore.
- **Stimoli presenti vs. assenti:** il giudizio viene formulato mentre gli stimoli sono visibili o quando non sono più presenti (maggiore ambiguità)
- **Faccia-a-faccia:** i partecipanti sono visibili gli uni agli altri.
- **Anonimato:** i partecipanti sono anonimi, non si vedono gli uni con gli altri.
- **Scopo di Gruppo:** viene promessa una ricompensa ai gruppi con la migliore performance.
- **Impegno:** i partecipanti scrivono le proprie risposte prima di conoscere le risposte degli altri e prima di dire il loro giudizio ad alta voce; viene usato un foglio di carta che verrà gettato via (**impegno privato A**), una lavagnetta magica (**impegno privato B**), un foglio che viene firmato dal partecipante e consegnato allo sperimentatore (**impegno pubblico**).

Perche' ci si conforma alle norme di gruppo?

2. Deutsch e Gerard (1955): l`esperimento.

Numero medio di errori prodotti dall`influenza sociale nell`esperimento di Deutsch e Gerard



Perche' ci si conforma alle norme di gruppo?

3. Turner (1987, 1991): influenza informativa referente.

- Secondo la teoria della categorizzazione di sé, quando le persone si identificano con un gruppo, adottano la posizione prototipica (normativa) del gruppo.
- Gli individui hanno bisogno di adottare posizioni che sono coerenti con la propria identità sociale; il disaccordo con altri categorizzati come simili a sé produce incertezza e spinge ad un'influenza sociale reciproca.
- Questa posizione concilia l'aspetto informativo e normativo dell'influenza sociale

Minoranze e cambiamento sociale.

- *Darwin e la teoria evolutivistica*
- *L'Impressionismo*

Secondo Moscovici le minoranze possono creare un conflitto nella posizione uniforme della maggioranza e introdurre così un'innovazione. Tuttavia, il conflitto aumenta la tendenza al rifiuto della posizione minoritaria. Solo le minoranze coerenti possono produrre effetti di accettazione.

L'influenza della minoranza: il paradigma blu/verde (Moscovici, Lage & Naffrechoux, 1969).

Condizione sperimentale "Minoranza coerente"

- 4 soggetti ingenui + 2 collaboratori dello sperimentatore.
- L'esperimento viene presentato come uno studio sulla percezione del colore: il compito dei partecipanti è quello di dire ad alta voce il colore di alcune diapositive e di valutarne l'intensità luminosa (con una gradazione da 0 a 5).
- Materiale sperimentale: 6 diapositive blu di diversa intensità luminosa vengono presentate per 6 volte.
- Prima della prova critica viene somministrato un test di percezione visiva: le risposte dei collaboratori non possono essere attribuite a difetti o anomalie della capacità visiva.
- I partecipanti sono seduti in fila di fronte ad uno schermo e forniscono a turno la loro risposta: i 2 collaboratori rispondono "verde" in tutte le 36 prove.

Condizione sperimentale: "Minoranza non coerente"

- La procedura è identica a quella della condizione minoranza coerente, ma i collaboratori non sono coerenti: in 24 prove rispondono "verde" e in 12 prove "blu".

Condizione di controllo (non ci sono collaboratori dello sperimentatore)

L'influenza della minoranza: il paradigma blu/verde (Moscovici, Lage & Naffrechoux, 1969).

Risultati.

- L'8.42% delle risposte dei partecipanti ingenui della condizione minoranza coerente è "verde".
- Nel gruppo di controllo un solo partecipante dice verde 2 volte (0.25% del totale).
- Nella condizione in cui i collaboratori non sono coerenti, solo l'1.25% delle risposte è verde.

Questi risultati dimostrano che una minoranza coerente è in grado di modificare le risposte dei membri della maggioranza.

L'influenza della minoranza: il paradigma blu/verde (Moscovici, Lage & Naffrechoux, 1969).

- Secondo Moscovici, la posizione alternativa della minoranza crea incertezza e conflitto: il dubbio sollevato dalla minoranza apre un varco all'interno dell'uniformità di pensiero della maggioranza.
- Nel caso in cui la maggioranza non possa attribuire la diversità di posizione a particolari caratteristiche dei membri della minoranza (ad es., anomalie della percezione, diversità culturali, perseguimento di interessi particolari), essa è obbligata a valutare la validità della posizione minoritaria, al fine di accettarla o rifiutarla. Pertanto, è improbabile che un unico individuo dissidente o una minoranza categorizzata come outgroup siano in grado di esercitare la propria influenza sulla maggioranza.
- Una minoranza può influenzare una maggioranza solo se adotta uno stile di comportamento consistente; attraverso la tenacia e la persistenza la minoranza dimostra che la propria posizione non è casuale, ma ha lo stesso valore della posizione maggioritaria, e che non è disposta a cedere alle pressioni del gruppo.

L'influenza della minoranza: alcune caratteristiche distintive.

La minoranza deve...

- Rappresentare un consenso alternativo
- Agire in modo coerente e persistere
- Essere categorizzata come parte dell'ingroup.



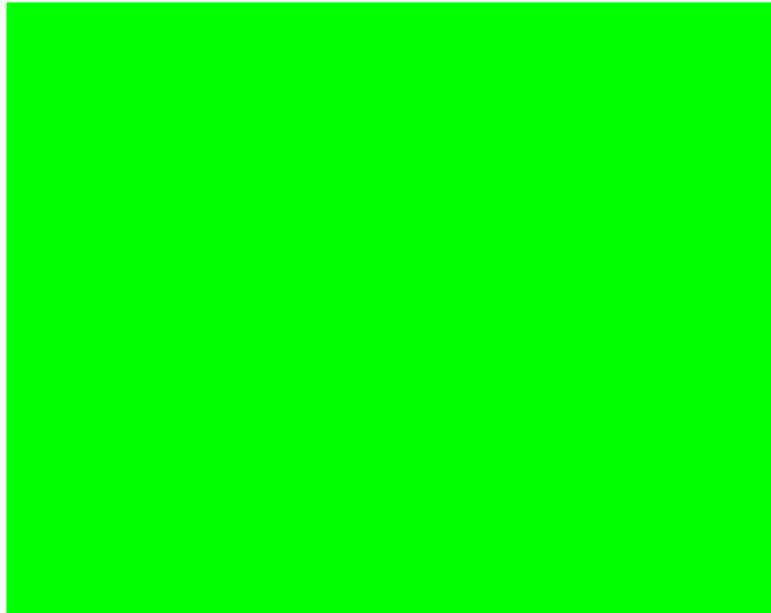
L'influenza della minoranza: alcune caratteristiche distintive.

L'influenza della minoranza produce effetti indiretti

Moscovici e Personnaz (1980): le immagini consecutive

- Si riprende il paradigma sperimentale di Moscovici et al. (1969). Gli sperimentatori proiettano una serie di diapositive blu su uno schermo; i partecipanti eseguono due compiti: 1. valutano il colore della diapositiva e 2. valutano il colore dell'immagine consecutiva.
- Cos'è un'immagine consecutiva?
- Se si fissa una figura colorata su sfondo bianco, quando la figura scompare o lo sguardo viene spostato su un'altra superficie bianca, si vede apparire una figura che ha la stessa forma di quella precedente, ma colore complementare.
- Il colore complementare del blu è il giallo-arancio.
- Il colore complementare del verde è il rosso-porpora.





L'influenza della minoranza: alcune caratteristiche distintive.

L'influenza della minoranza produce effetti indiretti

Moscovici e Personnaz (1980): le immagini consecutive

- Metà dei partecipanti è esposto ad una fonte d'influenza maggioritaria, l'altra metà è esposta ad una fonte minoritaria.
- In ogni sessione ci sono un partecipante ingenuo e un collaboratore.
- L'esperimento si articola in più fasi.
 - Fase 1: I valutazione (base-line). I due partecipanti valutano per iscritto (in privato) il colore delle diapositive e delle rispettive immagini consecutive prima di essere esposti alla fonte di influenza.
 - Fase 2: esposizione alla fonte. Dopo aver raccolto le risposte dei partecipanti, lo sperimentatore dice che il collaboratore ha sempre risposto verde e che la sua posizione è espressione di una posizione maggioritaria (81% della popolazione; condizione di influenza maggioritaria) o di una posizione minoritaria (19% della popolazione; condizione di influenza minoritaria).
 - Fase 3: II valutazione. I partecipanti valutano le diapositive a voce alta: il collaboratore dice sempre verde.
 - Fase 4: III valutazione. I partecipanti esprimono il loro giudizio in privato.
 - Fase 5: IV valutazione. Il collaboratore con una scusa si allontana e i partecipanti forniscono il loro giudizio in assenza della fonte.

L'influenza della minoranza: alcune caratteristiche distintive.

L'influenza della minoranza produce effetti indiretti

Moscovici e Personnaz (1980): le immagini consecutive

- *Ipotesi.* Assumendo che la fonte minoritaria abbia un effetto indiretto sul bersaglio, i partecipanti esposti a tale fonte dovrebbero percepire l'immagine consecutiva come rosso-porpora (colore complementare del verde); al contrario, i partecipanti esposti all'influenza della maggioranza dovrebbero percepire l'immagine consecutiva come giallo-arancio (colore complementare del blu).
- I risultati hanno confermato le ipotesi: per i partecipanti nella condizione di influenza minoritaria, la percezione dell'immagine consecutiva era spostata verso il rosso-porpora. Lo spostamento, già significativo nella seconda e terza valutazione, è diventato più forte quando la fonte si assentava (IV valutazione).

L'influenza della minoranza: alcune caratteristiche distintive.

L'effetto indiretto della fonte minoritaria è detto *conversione* (Moscovici 1980).

- **Effetto trasposto** (si manifesta su uno stimolo o problema diverso, ma collegato a quello su cui si è espressa la minoranza).
- **Effetto ritardato.**
- **Si manifesta preferibilmente in privato** (quando la fonte è assente e in condizioni di anonimato).

Le minoranze suscitano attrazione (le persone autonome e anticonformiste sono oggetto di ammirazione) e diffidenza (gli individui non amano essere etichettati come diversi o devianti).

Questo può indurre il bersaglio dell'influenza minoritaria a mettere in atto *strategie di occultamento*, che causano gli effetti indiretti.

L'influenza della minoranza: alcune caratteristiche distintive.

L'effetto di conversione può essere **profondo**, come dimostra l'esperimento di Moscovici e Personnaz (1980), in cui si è trovato che la fonte minoritaria può influenzare il codice percettivo dei partecipanti. Secondo Moscovici, l'influenza della maggioranza produce, invece, **compiacenza** (adesione pubblica alla posizione della maggioranza, non implica un cambiamento dell'opinione o della percezione del bersaglio). Maggioranza e minoranza producono effetti diversi, poiché diversi sono i processi alla base.

Processi diversi (Moscovici, 1976):

maggioranza —————> **confronto**

vs.

minoranza —————> **convalida**

Influenza dell'autorità e obbedienza

Perché si obbedisce all'autorità (Mucchi Faina, 1996)?

1. Desiderio di evitare punizioni.
2. Desiderio di ottenere ricompense.
3. Credenza che la fonte abbia il diritto morale di prescrivere un certo comportamento

Tanto più l'autorità è percepita come legittima, tanto maggiore sarà l'obbedienza.

Un certo grado di obbedienza è indispensabile per il funzionamento di ogni società: per questo motivo, l'educazione all'obbedienza inizia sin dalla nascita.

L'influenza dell'autorità può produrre sia accettazione che compiacenza.

Crimini di obbedienza

delitti che vengono commessi per obbedire all'autorità.

Abu Ghraib



L'olocausto



L'obbedienza distruttiva: l'esperimento di Milgram (1963).

Public Announcement

**WE WILL PAY YOU \$4.00 FOR
ONE HOUR OF YOUR TIME**

Persons Needed for a Study of Memory

*We will pay five hundred New Haven men to help us complete a scientific study of memory and learning. The study is being done at Yale University.

*Each person who participates will be paid \$4.00 (plus 50c carfare) for approximately 1 hour's time. We need you for only one hour: there are no further obligations. You may choose the time you would like to come (evenings, weekdays, or weekends).

*No special training, education, or experience is needed. We want:

Factory workers	Businessmen	Construction workers
City employees	Clerks	Salespeople
Laborers	Professional people	White-collar workers
Barbers	Telephone workers	Others

All persons must be between the ages of 20 and 50. High school and college students cannot be used.

*If you meet these qualifications, fill out the coupon below and mail it now to Professor Stanley Milgram, Department of Psychology, Yale University, New Haven. You will be notified later of the specific time and place of the study. We reserve the right to decline any application.

*You will be paid \$4.00 (plus 50c carfare) as soon as you arrive at the laboratory.

TO:
PROF. STANLEY MILGRAM, DEPARTMENT OF PSYCHOLOGY,
YALE UNIVERSITY, NEW HAVEN, CONN. I want to take part in
this study of memory and learning. I am between the ages of 20 and
50. I will be paid \$4.00 (plus 50c carfare) if I participate.

NAME (Please Print)

ADDRESS

TELEPHONE NO. Best time to call you

AGE OCCUPATION SEX

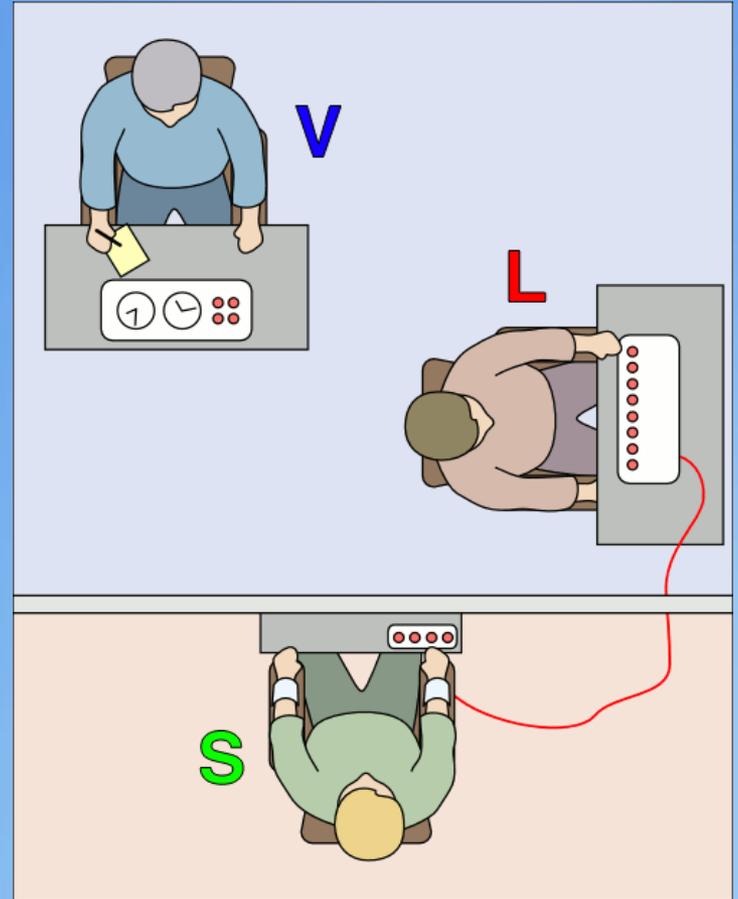
CAN YOU COME:

WEEKDAYS EVENINGS WEEKENDS

- 40 Partecipanti: maschi, di diversa età e di diverso livello professionale, reclutati attraverso un annuncio.
- L'esperimento era presentato come uno studio sulla memoria: si diceva che l'obiettivo era di studiare l'effetto delle punizioni sull'apprendimento.

L'obbedienza distruttiva: l'esperimento di Milgram (1963).

- Ai partecipanti veniva assegnato il ruolo dell'insegnante, mentre un collaboratore impersonava il ruolo dell'allievo.
- L'insegnante leggeva a voce alta delle coppie di parole, poi ripeteva la prima parola di ogni coppia insieme a quattro alternative di risposta; l'allievo doveva indicare, premendo un interruttore, quale delle quattro alternative fosse originariamente associata alla prima parola.



L'obbedienza distruttiva: l'esperimento di Milgram (1963).

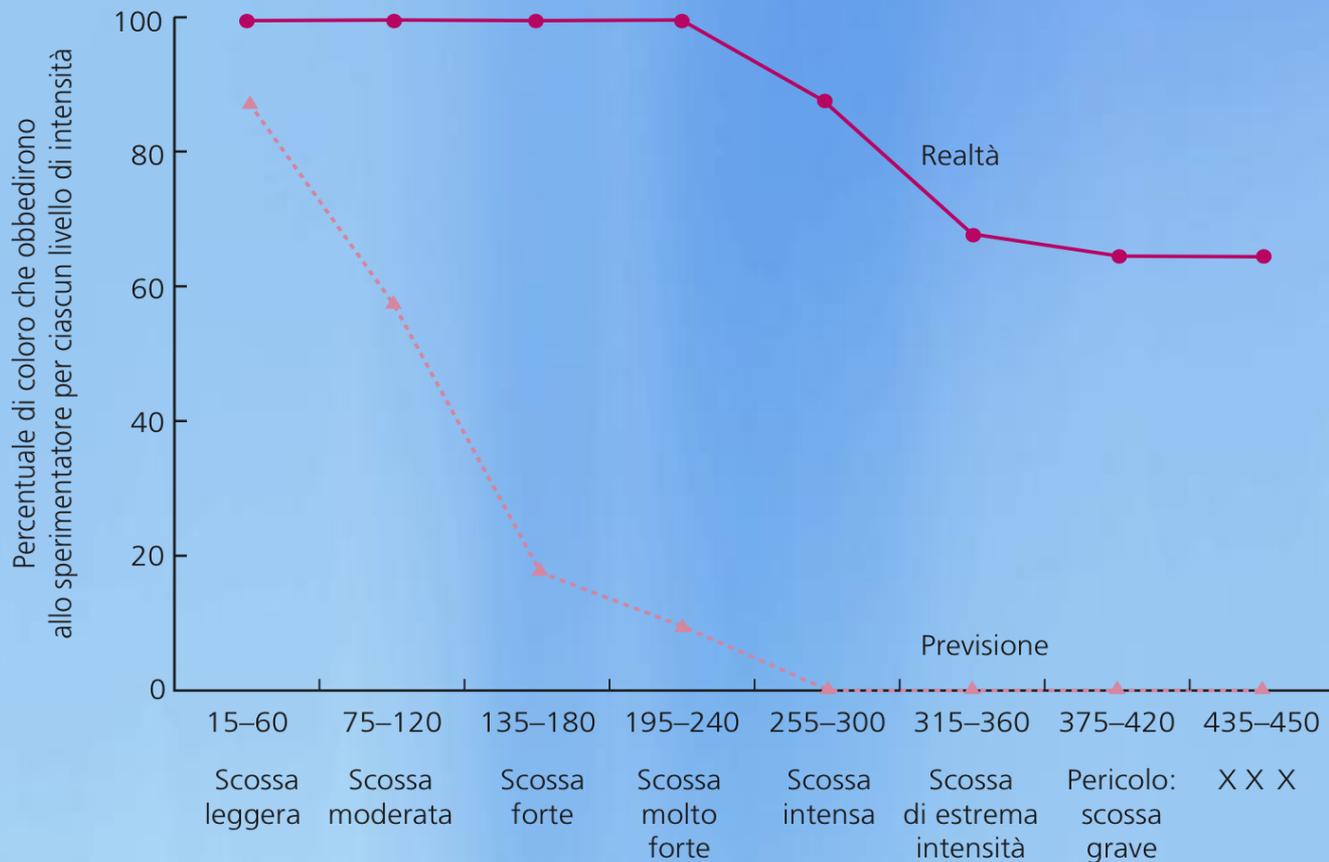
- L'allievo sedeva su una finta sedia elettrica.
- Il ricercatore (l'autorità) spiegava all'insegnante che, ad ogni errore dell'allievo, avrebbe dovuto infliggere una scossa elettrica di crescente intensità (le scosse erano simulate).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
15	-----			75	-----			135	-----			195	-----			255	-----			315	-----			375	-----			435	450		
Volt	30	45	60	Volt	90	105	120	Volt	150	165	180	Volt	210	225	240	Volt	270	285	300	Volt	330	345	360	Volt	390	405	420	Volt	Volt		
Scossa	-----			Scossa	-----			Scossa	-----			Scossa	-----			Scossa	-----			Scossa	-----			Pericolo:	-----				X	X	X
leggera				moderata				forte				molto forte				intensa				di estrema intensità				scossa grave							

L'obbedienza distruttiva: l'esperimento di Milgram (1963).

- Quando l'insegnante infliggeva la scossa da 300 volts, l'allievo iniziava a battere contro il muro e smetteva di rispondere.
- Il ricercatore, sostenendo che si trattava di un errore, chiedeva di infliggere ulteriori scosse.
- Se l'insegnante esitava, lo sperimentatore diventava progressivamente più autoritario
 - La prego di continuare
 - L'esperimento richiede che lei continui
 - È assolutamente necessario che lei continui
 - Lei non ha altra scelta, *deve* continuare

L'obbedienza distruttiva: l'esperimento di Milgram (1963).



Intensità della scossa (espressa in volt) e indicazioni sulle etichette del generatore di corrente

- Ben 26 partecipanti (65%) inflissero la scossa più grave (450 volts).

L'obbedienza distruttiva: l'esperimento di Milgram (1963).

- I partecipanti mostrarono, nel corso dell'esperimento un notevole stato di agitazione/tensione. In effetti, questo esperimento ha suscitato notevoli critiche: non è etico sottoporre i partecipanti ad un simile stato di conflitto.
- Comunque, i risultati di Milgram hanno evidenziato l'enorme impatto che l'autorità può avere sul bersaglio dell'influenza. I partecipanti – presumibilmente persone normali – erano state indotte da un ordine impartito dall'autorità ad accanirsi con una vittima che si lamentava.
- I genocidi, i massacri, l'accanimento contro vittime innocenti non sono necessariamente il frutto di sadismo e perversione individuale, ma possono essere anche il prodotto di un particolare contesto sociale.

Socializzazione di gruppo

Relazione dinamica tra il gruppo e i suoi membri.

Il modello della socializzazione di gruppo di Levine e Moreland (1994) descrive il percorso temporale degli individui all'interno dei gruppi. Il modello prevede tre processi:

- Valutazione
- Coinvolgimento
- Transizione di ruolo, attraverso tre ruoli principali: non membro, quasi-membro, membro a pieno titolo

e si articola in 5 fasi: esplorazione, socializzazione, mantenimento, risocializzazione, ricordo.

Le transizioni di ruolo sono spesso accompagnate da riti di iniziazione

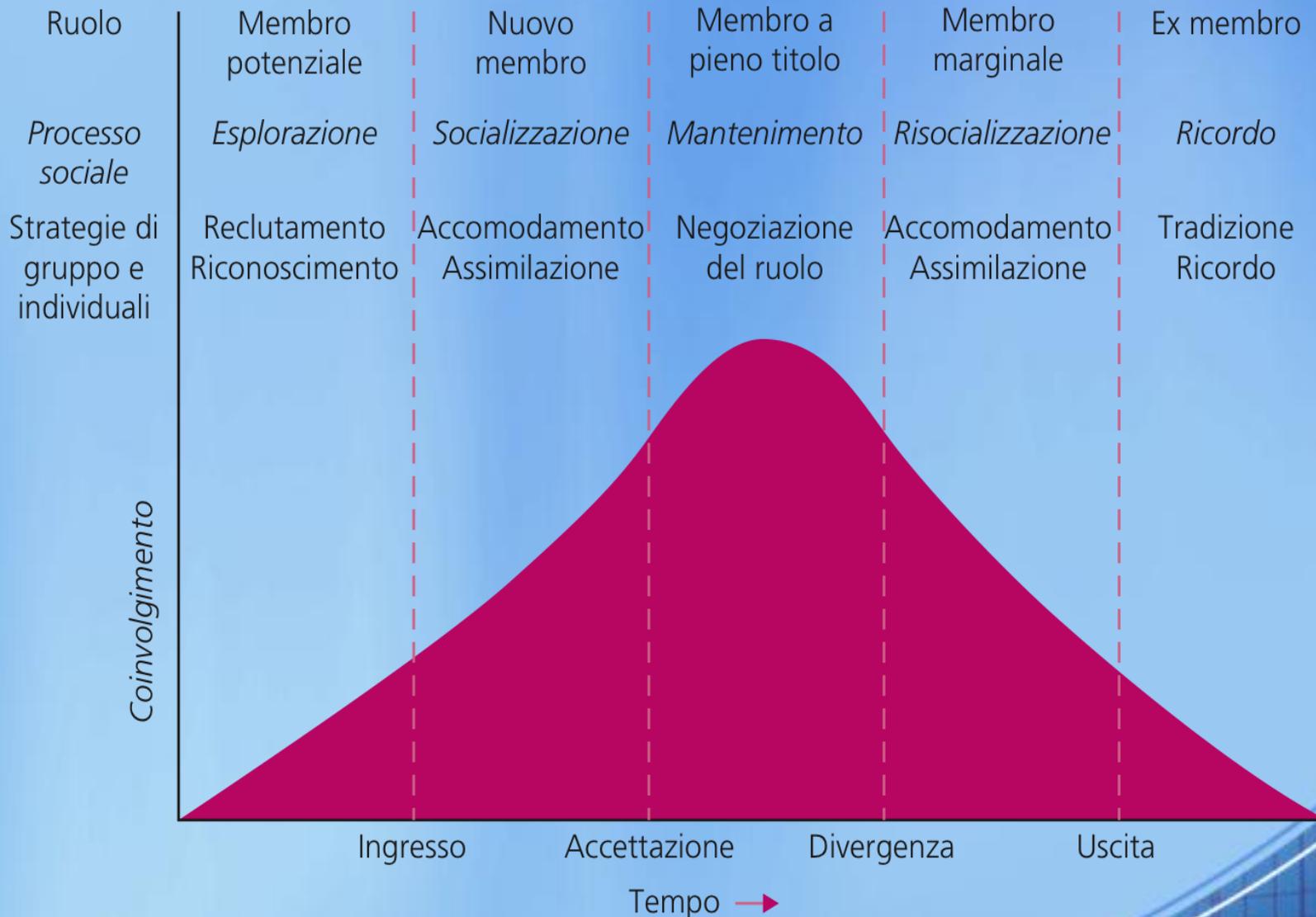
- **Riti di iniziazione:** procedure pubbliche che segnalano i trasferimenti dei membri del gruppo da un ruolo all'altro.

I riti di iniziazione dolorosi o imbarazzanti creano giudizi positivi sul gruppo e un maggior coinvolgimento da parte dei membri



Dissonanza cognitiva

Il modello di Levine e Moreland



Struttura del gruppo

Articolazione di un gruppo entro ruoli che si differenziano in base al prestigio (status).

- **Ruoli:** modelli di comportamento che distinguono le differenti attività all'interno del gruppo.
- **Status:** valutazione condivisa del prestigio di un ruolo o di chi occupa un ruolo in un gruppo; può anche essere una valutazione del prestigio di un gruppo in generale.
- **Leader:** membro del gruppo che occupa la posizione di status più elevata.
I leader hanno potere e capacità di influenza di gran lunga superiori ai seguaci e ciò consente loro di stabilire le attività, definire l'identità e mobilitare le persone al raggiungimento degli obiettivi comuni (Hogg, 2001).
- **Leadership:** processo di influenza sociale attraverso il quale un individuo ottiene e mobilita l'aiuto degli altri nel raggiungimento di uno scopo collettivo (Chemers, 2001)

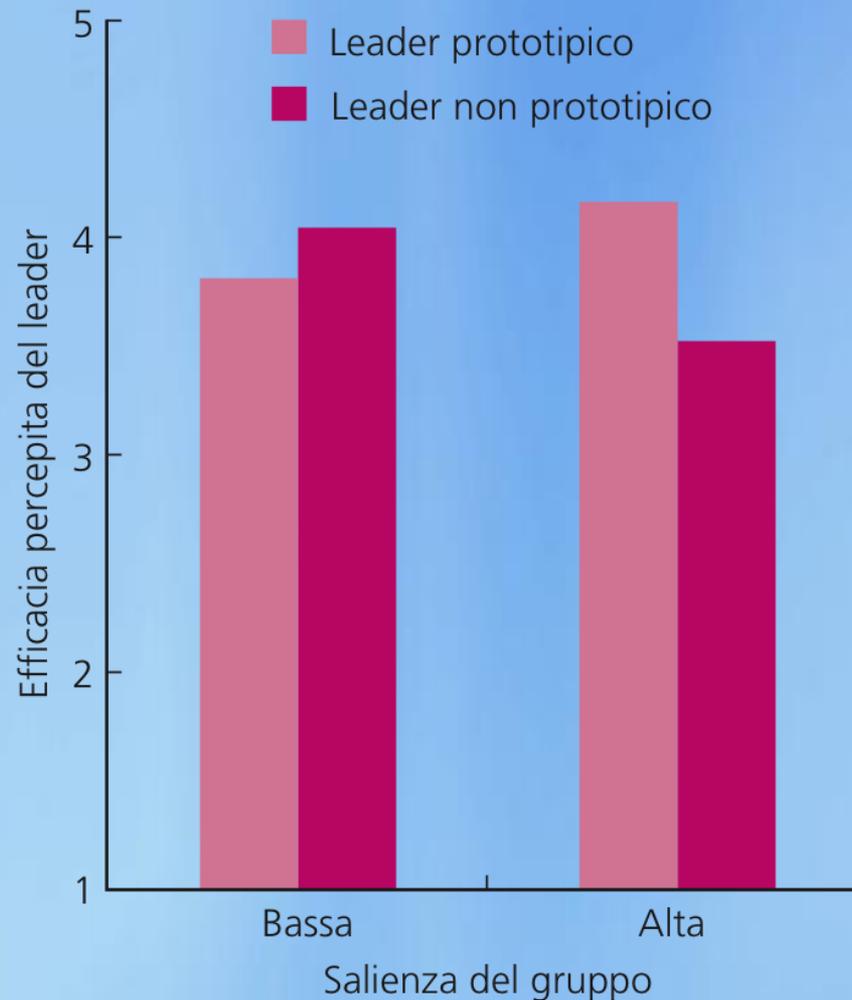
Identità sociale e leadership

Hogg (2001) ha proposto un modello di leadership basato sulla teoria dell'identità sociale.

- I gruppi forniscono alle persone un'identità sociale.
- Quando l'identità sociale è saliente, le persone fanno affidamento sulle norme di gruppo per guidare il proprio comportamento → interiorizzazione del prototipo di gruppo.
- Il membro dell'ingroup che meglio rappresenta gli attributi e le caratteristiche distintive dell'ingroup, in contrasto con un outgroup rilevante, cioè il membro più **prototipico** del gruppo, è probabile che emerga come leader e che abbia la maggiore influenza all'interno del gruppo.
- Più è saliente l'appartenenza ad un gruppo, più è forte l'identificazione, è più la prototipicità del leader rappresenta una caratteristica basilare della leadership efficace.

Identità sociale e leadership

L'esperimento di Hanis, Hogg e Duck (1997)



Devianza, esclusione e rifiuto

Secondo il modello delle dinamiche soggettive di gruppo (Marquez et al., 2001), i membri marginali (devianti) sono considerati una minaccia al consenso normativo del gruppo e quindi all'integrità del gruppo stesso.

Un membro marginale è in genere disprezzato e può essere escluso dal gruppo.

Ostracismo sociale: esclusione da un gruppo decisa di comune accordo. È un'esperienza dolorosa e stressante, che provoca emozioni negative (specialmente tristezza e rabbia) e diminuisce l'autostima, il controllo e la credenza che la propria esistenza abbia un significato.

Williams ha studiato questo fenomeno utilizzando il paradigma del lancio della palla e cyberball, una sua evoluzione.

Domande guida

Aleksei e Ivan lavorano per una grande multinazionale. Entrambi concordano sul fatto che molte condizioni del loro impiego sono oltre i limiti dello sfruttamento. Aleksei vorrebbe denunciare l'azienda, ma Ivan esclama: "Come possiamo sperare di vincere? Siamo solo due persone contro il sistema". Quali consigli daresti ai due dipendenti per incrementare le probabilità di successo?

Una persona vi offre una somma di denaro per la vostra bici e voi pensate che sia adeguata e accettate di vendere la bici. Dopo aver controllato i suoi risparmi, il potenziale acquirente riduce la sua offerta del 15%, affermando di non poter andare oltre. Quale tecnica di influenza ha messo in atto? Attraverso quale principio opera?

Durante il servizio militare al soldato Milkins viene chiesto di posizionare mine antiuomo in un'area utilizzata da bambini piccoli come parco gioco. Nonostante l'enorme angoscia che gli procura il pensiero di tale azione, egli constata che tutti gli uomini della sua unità stanno obbedendo all'ordine. Come è probabile che si comporti il soldato? Quali pensieri e sentimenti accompagneranno le sue azioni?