

Cap. 7 – Il conformismo

Nel capitolo precedente abbiamo considerato i processi attraverso i quali si possono modificare gli atteggiamenti delle persone (tramite comunicazione persuasiva)
Abbiamo considerato cioè le **influenze esercitate da determinati messaggi o argomentazioni sui processi psicologici dell'individuo**

Considereremo ora **altre forme di influenza in cui il contesto sociale e le relazioni che intercorrono fra fonte e bersaglio svolgono un ruolo cruciale.**

Analizzeremo in modo particolare:

- Il conformismo
- L'obbedienza.



IL MASSACRO DI MY LAI - Vietnam 16 Marzo 1968

Una delle tattiche utilizzate dai soldati americani durante la guerra in Vietnam era di sorprendere i soldati nemici nascosti nei villaggi effettuando incursioni molto rapide sotto la guida, dall'alto, di elicotteri.

Una di queste azioni, che doveva distruggere un battaglione di Vietcong, si risolse invece in un massacro della popolazione civile, gli abitanti del villaggio di My Lai.

Contrariamente alle previsioni, infatti, nel paese all'ora programmata non vi erano i combattenti nemici ma solo gli inermi abitanti del villaggio.

Il tenente William Calley ordinò a un soldato di uccidere i civili. Anche altri soldati cominciarono a sparare, ne seguì il massacro di oltre 500 persone e ogni sorta di atrocità. Questo terribile episodio, contrario a ogni regola del codice militare, costituì senza dubbio una delle pagine più nere di quella guerra.

Come si può spiegare il conformismo dei soldati?

Documentazione della strage di My Lay - 16 Marzo 1968

Prima di essere uccise



Il memoriale

L'influenza sociale informativa: *il bisogno di sapere cos'è giusto*

Quando in una data situazione:

- ci sentiamo insicuri su cosa fare e pensare
- non capiamo bene cosa stia accadendo
- non abbiamo gli elementi per fare una scelta corretta

utilizziamo come fonte di informazione il
comportamento degli altri

Il comportamento degli altri ci aiuta a definire una situazione ambigua a nostro favore, a scegliere le azioni più appropriate.

1) L'influenza sociale informativa

Esperimento di Sherif (1936) sull'effetto autocinetico



Muzafer Sherif – Odemis 1906 –
Fairbanks 1988

Le **NORME** sono i modi di pensare, sentire e comportarsi su cui le persone concordano e che ritengono giusti e appropriati, riflettono la visione che un gruppo ha, del mondo, di sé e degli altri gruppi

SCOPO: studiare la formazione di norme in condizioni individuali e di gruppo

IOTESI: poiché non c'è alcun criterio obiettivo per giudicare il movimento della luce, le persone ricorreranno al confronto sociale

PROCEDURA: organizzò una situazione ambigua - *fenomeno di illusione ottica per cui in una stanza buia una piccola luce sembrava muoversi in continuazione*

CONDIZIONI SPERIMENTALI: 1) individuale), 2) prima individuale poi in gruppo, 3) prima gruppo, poi individuale

COMPITO: indicare di quanti centimetri si fosse mossa la luce (in realtà immobile)

L'influenza sociale informativa - Sherif, 1936

a) Condizione individuale

Studia le reazioni degli individui senza l'intervento di fattori sociali

Fece sedere i soggetti (19) da soli in una stanza buia e chiese loro di concentrarsi su un puntino luminoso. Ogni volta che la luce appariva – essa pareva muoversi in modo erratico, compariva e scompariva dopo qualche secondo - i soggetti dovevano giudicare l'ampiezza del movimento della luce.

I giudizi risultarono molto vari (andavano da 2 cm a 20 cm)

Il soggetto elabora un proprio campo di giudizio (**norma individuale**) che serve come punto di riferimento per giudicare i movimenti percepiti nel succedersi delle varie sedute sperimentali

I soggetti facevano riferimento alle loro valutazioni precedenti e si confrontavano con esse.

L'influenza sociale informativa - Sherif, 1936

b) Condizione di gruppo

Studia le modifiche apportate dall'esperienza di gruppo

Sherif riunì i soggetti in piccoli gruppi di 3 persone e chiese loro di valutare il movimento compiuto dalla luce.

condizione a) i 20 soggetti sono esposti all'effetto autocinetico prima da soli, poi in gruppo. I giudizi precedentemente elaborati ed espressi da ciascuno tendono a convergere, ma in modo meno netto rispetto alla condizione b

condizione b) i 20 soggetti iniziano con la condizione di gruppo facendo convergere i giudizi in una **norma** comune. Quando vengono poi sottoposti individualmente all'esperimento i giudizi di ciascuno mostrano un cambiamento molto netto nella direzione di quelle del gruppo

Un anno dopo i soggetti continuarono ad avvalersi della risposta comune per valutare i movimenti della luce

I soggetti di questo esperimento hanno adottato il criterio del gruppo per valutare il movimento della luce benché non fosse esercitata su di loro alcuna pressione perché lo facessero

ADESIONE INTERIORE

I lavori di LE BON (1895) – L'individuo nella folla



1842-1931

ANONIMATO

-o **déindividuatione**

- Perdita/modificazione dell'identità personale
- Perdita dei controlli inibitori degli impulsi antisociali

CONTAGIO

Diffusione di determinate condotte per pura imitazione

SUGGERIZIONE

- comparsa/diffusione di legami interpersonali meramente emotivi
- accettazione acritica dell'influenza altrui
- perdita di controllo razionale sulle proprie azioni

Perdita di identità e di razionalità



MENTE DI GRUPPO

Libera gli istinti distruttivi degli individui

Forme di violenza sfrenata e comportamenti irrazionali

Quando ci si conforma all'influenza sociale informativa?

SITUAZIONI AMBIGUE

Siamo incerti su:

- risposta giusta
- comportamento adeguato

SITUAZIONI DI CRISI

Quando occorre agire con immediatezza senza riflettere e analizzare quale sia l'azione migliore da intraprendere.

ALTRI PERCEPITI COME ESPERTI

Quanto più una persona appare esperta e al corrente di una questione tanto più viene ritenuta una guida valida in una situazione ambigua

**SI PUO' RESISTERE ALL'INFLUENZA
SOCIALE INFORMATIZIONALE?**

L'INFLUENZA SOCIALE NORMATIVA: l'importanza di essere accettati

Ci conformiamo ai comportamenti degli altri non solo perché abbiamo bisogno di utilizzarli come fonte di informazione ma anche perché:

- non vogliamo che ci prendano in giro
- che ci considerino diversi
- che ci rifiutino
- per poter continuare a restare nel gruppo
- per essere graditi e accettati dagli altri

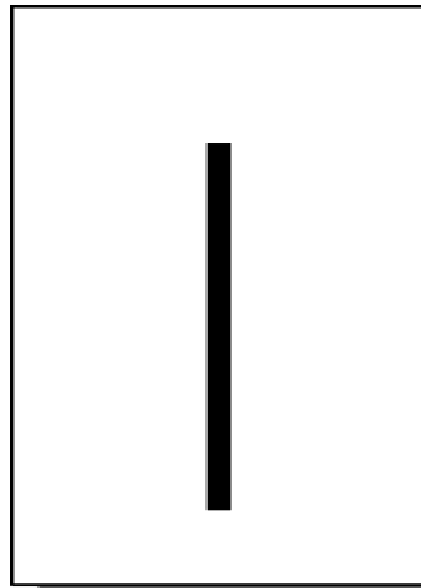
GLI ESPERIMENTI DI ASCH (1951, 1955) SUL CONFRONTO PERCETTIVO

IOTESI: in presenza di un compito valutativo non ambiguo, l'influenza sociale non si sarebbe verificata e gli individui avrebbero deciso da soli che cosa stava accadendo

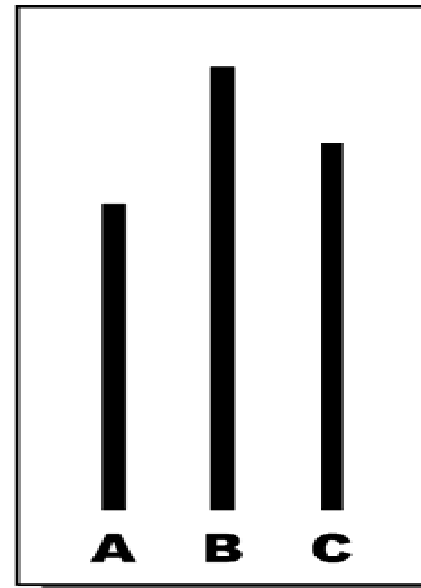
PROCEDURE: disse ai soggetti reclutati che avrebbero partecipato ad un esperimento sui giudizi percettivi e che ognuno sarebbe stato insieme ad altre 7 persone

COMPITO SPERIMENTALE: i soggetti dovevano confrontare la lunghezza di alcune linee verticali (presentate su un cartoncino con le lettere a,b,c) con una linea modello (mostrata su un altro cartoncino)

Asch - Compito sperimentale



Linea standard



Linee di confronto

Nelle prime 2 prove tutti fornirono la risposta corretta, ma dalla 3 prova fino alla 11 esima, tutti i soggetti fornirono una risposta sbagliata.

Il primo partecipante, seguito da tutti fino al sesto riferì che la **linea A era la più simile**; il settimo colpito dalle precedenti risposte capiva che la **linea C era la più simile**, ma doveva decidere se:

- perseverare nella sua impressione
- adattarsi alla risposta palesemente errata di chi lo aveva preceduto

Esperimento di Asch - RISULTATI

- Nel **33% delle valutazioni** i soggetti si dichiararono d'accordo con la maggioranza
- Solo il **20% dei partecipanti** si mantenne indipendente
- Il **10% dei partecipanti** si mostrò d'accordo con la maggioranza in tutte le valutazioni

Il gruppo di controllo che compiva le valutazioni individualmente si mostrò estremamente preciso

Questi risultati dimostrano che i gruppi sono in grado di influenzare i singoli individui anche quando la decisione da prendere non è ambigua ed è possibile attingere ad altre fonti non sociali di informazione

Esperimento di Asch – IMPLICAZIONI

VALIDITA' ESTERNA: sia lo studio di Asch che quello di Sherif furono replicati molte altre volte negli USA ed in altri Paesi, confermando in ogni occasione i risultati ottenuti

Quando gli individui rispondono a pressioni reali o immaginarie e si comportano coerentemente con le norme del gruppo che intimamente non accettano, si ha

CONFORMISMO PUBBLICO o ACQUIESCENZA

Si adeguano ma non si cambiano opinione

<p>ACQUIESCENZA si adeguano ma non cambiano opinione CONFORMISMO PUBBLICO</p>	<p>Le persone danno risposte conformi per non apparire diverse, per non subire ritorsioni, per non essere giudicate negativamente (Asch, 1951,1956)</p>
<p>ACCETTAZIONE Accettano le norme del gruppo facendole proprie ADESIONE INTERIORE</p>	<p>Le persone tendono a conformarsi specie quando il compito è ambiguo e poco chiaro o quando la fonte d'influenza è considerata più esperta. In queste situazioni l'individuo per timore di sbagliare si adegua (Sherif, 1936 – effetto autocinetico)</p>
<p>CONVERGENZA</p>	<p>Poiché opporsi a una maggioranza concorde è un'esperienza sgradevole e stressante, l'individuo riduce il suo campo di riflessione fino a convincersi che la posizione della maggioranza è corretta.</p>

Che cosa accade se una persona si rifiuta di seguire le richieste del gruppo e viola le norme?

Schachter, 1951: studio sulla devianza dalle posizioni normative del gruppo



Partecipanti: gruppi di 8-10 studenti universitari

Compito: ogni gruppo leggeva e discuteva la storia di **Johnny Rocco**, un giovane delinquente al fine di decidere quale sorte gli dovesse toccare

Posizione assunta dai membri dei gruppi: Rocco doveva ricevere un mix di amore e disciplina. Le posizioni erano improntate a comprensione e partecipazione. L'opinione di ciascuno veniva resa nota al resto del gruppo.

Un membro del gruppo (complice dello sperimentatore) manifestava un'opinione che risultava deviante da quella della maggioranza: ovvero, Rocco doveva ricevere la massima punizione.

Schachter, 1951: studio sulla devianza dalle posizioni normative del gruppo

Il numero di comunicazioni inviate al deviante cresce continuamente e supera di gran lunga quello diretto a tutti gli altri. I membri del gruppo fanno ogni tentativo perché l'opinione del deviante si allinei con quella del gruppo.

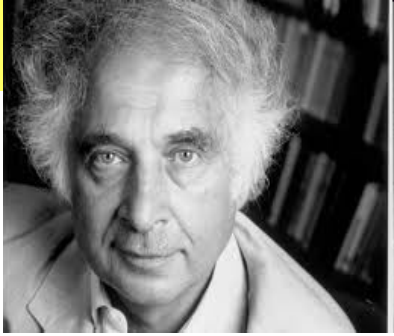
Successivamente la comunicazione diretta al deviante cessa completamente.

A questo punto si ha l'impressione che il deviante sia stato respinto: non viene più trattato come un membro del gruppo e le valutazioni fornite successivamente evidenziarono l'ostilità degli altri soggetti nei suoi confronti.

In quali condizioni le persone si conformano all'influenza sociale normativa?

- **IMPORTANZA DEL GRUPPO** (Latanè, 1981)
- **IMMEDIATEZZA** (Latanè, 1981)
- **NUMERO** (Latanè, 1981)
- **UNANIMITA' DEI MEMBRI DEL GRUPPO**
- **CULTURA DI APPARTENENZA** (collettivista)
- **CARATTERISTICHE DI PERSONALITA'** (autostima)
- **APPARTENENZA DI GENERE**

L'influenza della minoranza: Moscovici (1969)



Brăila, 14 giugno 1925

Ecole des hautes etudes en sciences sociales,
Paris

Gli studi di Serge Moscovici hanno dimostrato che minoranze prive di un potere riconosciuto possono svolgere un ruolo consistente nel favorire l'innovazione quando assumono posizioni dissidenti da quelle della maggioranza senza cedere alle pressioni sociali

La forza di tali minoranze consiste:

- a) nella loro **capacità di attivarsi** ed **aprire un conflitto** con la maggioranza
- b) ma anche nelle **modalità utilizzate** per gestire tale conflitto

L'influenza della minoranza: fattori cruciali

Il fattore cruciale dell'influenza è dato dallo **stile di comportamento adottato dalla minoranza**

Una minoranza sarà tanto più influente, quanto più i membri si dimostrano:

- **coerenti e tenaci** sia al loro interno che nel corso del tempo (consistenza interna)
- ed in grado di **suscitare consenso** (consistenza esterna)

Inoltre:

- quanto più sono indipendenti da legami esterni ed agiscono in base ai principi in cui si identificano (**autonomia**)
- quanto più si impegnano – anche con notevoli costi personali - nel sostenere le proprie posizioni (**investimento**)
- quanto più dimostrano flessibilità nelle negoziazioni con la maggioranza ed in grado di considerare con una certa imparzialità le posizioni diverse dalle proprie (**equità**).

La natura dell'influenza della minoranza

Secondo Moscovici l'influenza minoritaria è di natura diversa da quella maggioritaria, poiché ha un potere di penetrazione meno visibile ma più profondo ed interiorizzato

Mentre la maggioranza → **compiacenza** (adesione pubblica senza accettazione privata)

La minoranza → un'influenza indiretta e nascosta o **conversione** che consiste in un effettivo cambiamento delle proprie posizioni iniziali rispetto ad una determinata questione

Uso delle norme sociali per influenzare le condotte delle persone

Le **NORME** sono regole socialmente condivise
su come ci si dovrebbe comportare in
specifiche situazioni (es. non passare davanti alle persone in fila,
non leggere la posta altrui)

Norme ingiuntive: hanno a che fare con ciò che pensiamo le altre persone
approvino o disapprovino

norma dell' obbedienza “*si deve obbedire agli ordini di un'autorità legittima*”

norma della responsabilità sociale “*si devono aiutare coloro che sono in difficoltà*”

Motivano il comportamento normativo tramite ricompense o punizioni

Norme descrittive: riguardano le nostre percezioni su come le persone si
comportano realmente in una data situazione (indipendentemente dal fatto
che il comportamento sia approvato o meno)

*“Se tutti fanno, pensano o credono questa cosa, allora questa deve essere una
cosa sensata da fare, da pensare o in cui credere*

PRIMA FASE

I clienti di una biblioteca si dirigono verso l'auto parcheggiata quando arriva un complice:

- a) (**condizione di controllo**) il complice passava senza dire/fare nulla
- b) (**condizione di norma descrittiva**) il complice trasportava la busta vuota di un fast food e la lascia cadere prima di superare il soggetto (ciò comunica che si fa così in situazioni analoghe)
- c) (**condizione di norma ingiuntiva**) il complice raccoglieva una уста di fast food prima di superare il soggetto (ciò comunicava in modo indiretto che buttare l'immondizia è sbagliato)

SECONDA FASE

I clienti trovano un volantino sul parabrezza, essi possono

- gettarlo per terra
- metterlo in macchina per poi gettarlo nel pattume

1/3 lo gettò per terra, sia che il parcheggio fosse sporco o pulito

Nella condiz norma descrittiva + area sporca l'atto comunicava che tutti facevano così

Nella condiz norma descrittiva + area pulita l'atto comunicava che tutti non facevano così

RISULTATI:

- la norma descrittiva riduce l'azione di buttare l'immondizia più in un ambiente pulito che in uno sporco
- vedere che uno raccoglie la spazzatura gettata da altri chiama in causa la norma ingiuntiva (non si deve buttare) sia nel parcheggio sporco che in quello pulito e induce a buttare a terra una quantità minima

Conclusioni: le norme ingiuntive si sono rivelate maggiormente in grado di produrre un comportamento desiderato

Il complice ha ricordato al soggetto che la società in cui viviamo disapprova l'immondizia a terra

Non è quindi la norma di per sé ma la sua salienza a incoraggiare comportamenti positivi