

## PENSIERO DI GRUPPO

➔ JANIS osserva che spesso anche gruppi importanti come i ministri, o scienziati, anche persone dunque preparate, possono prendere decisioni molto pesanti per la società. Perché?

Janis si concentra sul momento della decisione. Studia quindi dei casi reali:

- La decisione di Kennedy e del suo staff di appoggiare l'invasione di Cuba alla Baia dei Porci
- L'escalation militare in Vietnam tra il '64 e il '67 decisa da Johnson

Janis fa una ricerca d'archivio nella quale studia le registrazioni dei consigli dei ministri: esse sono avvenute nella medesima condizione, causate da questi fattori:

- Alta coesione
- Attrazione reciproca
- Condivisa minaccia esterna ma con stesso senso di potenza e invulnerabilità
- Presenza di leadership autorevole
- Stereotipi negativi del nemico
- Falso senso di unanimità
- Autocensura = alcuni membri dei gabinetti che non erano d'accordo ma che avevano percepito l'unanimità degli altri, e quindi non si oppongono per mancanza di coraggio, inoltre il leader autorevole esprime la sua opinione che non vuole essere contraddetta dalle altre persone

## QUALI SONO I RIMEDI?

1. Dar voce alle minoranze e ai dissenzienti
2. Accessibilità e valutazione di info accurate e affidabili

## MOSCOVICI E LO STUDIO DELL'INFLUENZA DELLE MINORANZE

-fine anni '60

L'innovazione non potrebbe avvenire se l'influenza predominante fosse solo quella del conformismo, serve anche l'inversione di tendenza che avviene nei processi di innovazione, svolto dalle minoranze attive. Esse sono persone con idee nuove, spesso respinti e perseguitati dalla società, ma che nel corso del tempo riescono a farsi sentire e influenzare il cambiamento sociale fino a diventare leader dell'innovazione.

➔ Serge Moscovici, rumeno e di origine ebraica, subisce la persecuzione antisemita (espulsione da scuola, campi di lavoro), fugge dalla Romania e riesce ad approdare a Parigi diventando un professore di Sociologia e Psicologia Sociale

- "Social influence and social change" ('76)

I suoi contributi alla psicologia sociale sono gli studi sulle minoranze attive e la teoria delle rappresentazioni sociali.

Nel secondo dopoguerra è uno dei fondatori della rinascita della psicologia sociale e fonda l'European Journal Of social psychology

➔ Nemeth conclude il lavoro di Moscovici

Moscovici implementa il Paradigma Blu/Verde

Soggetti in semicerchio che guardano diapositive blu e che sono spinti a indicare il colore delle diapositive  
1 sperimentatore e 9 attori: come risponderà lo sperimentatore? Subirà l'influenza dell'unico individuo che ha indicato le diapositive come verdi? Molto pochi si adeguano alla minoranza, circa 1/3 si conforma alla maggioranza, nella minoranza è l'8.2%

→ Solo una minoranza coerente ha probabilità di convincere qualcuno però.

---

## INFLUENZA MINORITARIA: LAVORI EMPIRICI E FUNZIONAMENTO

Condizione di controllo: accanto alla condizione sperimentale viene fatto un esperimento sui quali non viene esercitata alcuna influenza. Ripetizione esperimento (Lage e Naffrechoux) '69 → stessi risultati:

**40% influenza maggioritaria:** in un secondo esperimento dove un'immagine che passava dal blu al verde alla quale lo sperimentatore viene invitato a porre una linea di demarcazione risulta che il 40% della influenza maggioritaria la pone a metà, mentre quelli che hanno subito l'influenza minoritaria tendono ad anticipare il verde → l'influenza si è radicata nel loro cervello e anche se istantaneamente non vi aderiscono, l'influenza del verde si è sedimentata nel loro cervello.

### 10% influenza minoritaria

#### Meta-Analisi di Wood (1994)

Conferma che le minoranze hanno pubblicamente di primo acchito meno influenza, ma che hanno una loro capacità persuasiva se confrontata con le situazioni di controllo.

#### Moscovici e Personnaz (1980)

Sempre sul modello blu/verde, viene fatto **sull'effetto dell'immagine residua: dopo aver fissato un colore per lungo tempo e aver poi distolto lo sguardo, appare ai nostri occhi il colore complementare.**

Blu=giallo/arancio

Verde=rosso/viola

Influenza maggioritaria: nessun cambiamento

Influenza minoritaria(verde): rosso/viola → la fonte minoritaria elicitava poca influenza momentaneamente ma può agire in maniera inconsapevole.

Essa agisce quindi con modalità indirette:

- Con tempi ritardati
- Modo trasposto= mi avvicino solo su un argomento sul quale hanno provato ad influenzarmi
- Livello privato = pubblicamente non ti dichiari, ma ti convinci privatamente
- Modelling effect: il dissenso insegna l'indipendenza

---

Studi sugli atteggiamenti:

- Femminismo

- Interruzione di gravidanza
- Tematiche ambientali
- Diritti degli omosessuali
- Movimenti politici: Le Pen
- Pena di morte

---

### TEORIA DELLA CONVERSIONE (riferimento a S. Paolo e la via di Damasco) - MOSCOVICI 1980

Influenza maggioritaria=processo di confronto, l'attenzione si focalizza su me e gli altri e sulle conseguenze sociali di un disaccordo

→ Compiacenza e adesione pubblica ma senza un'accettazione privata

Influenza minoritaria= convalida, l'attenzione del soggetto è focalizzata sull'oggetto del dibattito

→ Conversione privata, destinata a persistere anche in assenza della fonte

MINORANZA → INTERIORIZZAZIONE

MAGGIORANZA → QUIESCENZA

Fattori che facilitano e ostacolano l'influenza minoritaria:

- Stili di comportamento e coerenza
- Psicologizzazione= Papastamou, nei dibattiti per screditare un leader politico spostò l'argomento della discussione dal merito del suo discorso a un aspetto suo psicologico, che è un aspetto minaccioso
- Interesse personale =Mass esperimento sui diritti degli omosessuali, due messaggi persuasivi uguali per il contenuto ma che si differenziavano nella riga della firma
  - firmato da un gruppo di omosessuali che lottavano per i propri diritti
  - firmato da etero che lottavano per i diritti omosessuali

La minoranza eterosessuale era più persuasiva. Perché nell'inconscio risulta più persuasiva perché sembra più disinteressata e non ne trae beneficio.

- Zeitgeist, lo spirito dei tempi che influenza qualcosa magari anni e generazioni dopo perché la sua società non lo accetta
- Appartenenza categoriale:
  - minoranza dell'outgroup = poca influenza
  - minoranza dissidente dell'outgroup= molta influenza, non rappresenta l'outgroup nonostante vi appartenga, si diversificano dall'outgroup e quindi più accettato
  - minoranza ingroup= molta influenza

MODELLO DI NEMETH 1986

Maggioranza e minoranza vs pensiero convergente e divergente

→ fonte maggioritaria elicitare processi di pensiero convergenti, mentre una fonte minoritaria elicitare processi di pensiero divergente, la presa in considerazione va ben al di là del semplice contenuto del messaggio minoritario, perciò tendono a trovare soluzioni alternative che stimolano la creatività e stimolano a migliorare le prestazioni.

Quindi porta a:

1. Considerare aspetti diversi
2. Trovare soluzioni alternative
3. Ricordare meglio
4. Immaginare nuove strategie
5. Migliorare la performance

Sostegni:

-Ricerche nel campo del problem solving

-Ricerche nel campo degli atteggiamenti, vengono migliorate

LE DUE TEORIE SONO COMPLEMENTARI DI MOSCOVICI E NEMETH, la minoranza per Moscovici, la minoranza elicitare un'adesione privata, mentre per Nemeth crea pensieri nuovi, ma quando verranno prodotti? posso prevedere quando si verificheranno i processi di divergenza?

- Situazioni che favoriscono la creatività
- Situazione di rilevanza personale
- Individui con alto bisogno di cognizione, persone che amano impegnarsi mentalmente
- ➔ Studi sul pensiero di gruppo di Janis
- ➔ Studio sul funzionamento delle giurie di Nemeth

Hanno entrambi dimostrato che la presenza di una minoranza incide sul processo decisionale

---

p.119-120

RICERCA OBEDIENZA DISTRUTTIVA – Milgram 1974 “Obbedienza all'autorità”

MILGRAM → famiglia ebraica, giunge in America grazie ad una borsa di studio per Yale. Colpito dalla Shoah, si pone come domanda di ricerca: come sia potuto accadere che forse il popolo più colto della terra abbia potuto convertirsi al nazismo e obbedire ad ordini terribili fino al genocidio di una parte stessa della popolazione?

Perché la gente obbedisce a ordini tali?

PARADIGMA DELLE SCOSSE ELETTRICHE: egli invita chi vuole a partecipare ad un esperimento sull'apprendimento, lui e un collaboratore, attore professionista, compito dell'insegnante, somministrare una scossa ogni volta che un alunno da una risposta sbagliata da 15W a 450W per vedere quanto delle persone comuni possono obbedire.

65% a distanza

30% con contatto fisico

Genere, classe, tasso di istruzione e culture diverse non danno luogo a differenze di risultato

#### FATTORI CHE INCORAGGIANO O INDEBOLISCONO

- Vicinanza all'autorità e grado di sorveglianza
- Legittimità dell'autorità
- Incongruenze nella struttura sociale = se c'è incoerenza negli ordini, questo indebolisce
- Presenza di dissidenti
- Vicinanza della vittima
- Responsabilità personale

#### FATTORI CHE DETERMINANO OBEDIENZA

-desiderio di evitare sanzioni

-ottenere ricompense

-convincione che la gente abbia diritto morale di prescrivere il comportamento

→ nello stesso periodo avviene il processo Eichmann

→ La strage di My Lai: soldati statunitensi uccidono una popolazione nel Vietnam

Perlasca: passaporti falsi

Le Chambon: paesino francese invaso dai nazisti, il capo religioso del villaggio avverte la popolazione riesce a salvare 4000 ebrei

Lavoro di Oliner e Oliner : fattori che portano a disobbedire

#### ESPERIMENTO OBEDIENZA AMMINISTRATIVA

Obbedienza a disturbare oltre il 90%

#### CONFRONTO OBEDIENZA E CONFORMISMO

- Regola persone di stato diverso
- L'imitazione non prende parte
- Le richieste sono esplicite
- È solitamente ammessa

#### CONFORMISMO:

1. Pari status
2. Imitazione
3. Richieste implicite
4. Solitamente negato

ATTEGGIAMENTI = avere una tendenza ormai consolidata a valutare favorevole o sfavorevole un oggetto sociale

→ Esistono solo in rapporto a qualcosa di esterno all'individuo

Possono essere:

→ polarizzati

→ ben definiti oppure incerti

→ nessun atteggiamento

Lo studio sugli atteggiamenti è stato importante per il presupposto che essi siano indicatori del comportamento

Ricerca di La Pièrè (1934)

Come mai non hanno incontrato cattivi atteggiamenti nel loro viaggio coast to coast con i collaboratori orientali?

Per verificare ciò mandano prima richieste di prenotazioni per gli alberghi nei quali si sono presentati ricevendo un alto tasso di rifiuti → discrepanza tra atteggiamento e comportamento **POSITIVO RISPETTO AL COMPORTAMENTO**

La prima definizione di atteggiamento risale al 1918 in un'opera di Thomas e Znaniecki sui contadini polacchi che emigrano in europa e america

- analisi d'archivio
- analisi caso singolo

Atteggiamento processo mentale individuale che determina risposte attuali e potenziali di ogni individuo verso il mondo sociale

2 filoni principali:

1. Ricerca sul contenuto degli atteggiamenti verso oggetti e problemi di rilevanza sociale
2. Elaborazione con tecniche di misura

2 visioni dell'atteggiamento:

**POSIZIONE TRIDIMENSIONALE** = predisposizione a rispondere con 3 tipi di risposte: cognitive (credenze), affettive, comportamentali (reazione ad una offerta)

**POSIZIONE UNIDIMENSIONALE** = delle 3 classi, quella fondamentale è di tipo valutativo, ovvero sentimentale favorevole o contraria

A COSA SERVONO?

- Una volta formati, costituiscono una tendenza a valutare nello stesso modo uno stesso oggetto ( preditori di future valutazioni)
- Sono appresi durante il processo di socializzazione, scopo adattivo dell'individuo al gruppo
- Funzione conoscitiva:
  - ricerca attiva dell'informazione pertinente
  - processo di codifica dell'informazione, e quindi influenza la mia valutazione e percezione

-si ricordano meglio info pertinenti

- Funzione difensiva e del sostegno del sé: ego- difensiva e di espressione dei valori

#### COME SI FORMANO

1. MERA ESPOSIZIONE= Zajonc→ ci piace di più ciò che è familiare (fondamentale per la pubblicità, esposizione anche stucchevole dello stesso spot)
2. Condizionamento classico
3. Condizionamento operante
4. Esperienza diretta→ sono quelli più duraturi e stabili
5. Influenza dei gruppi sociali (famiglia, scuola, amici)= esercitano 2 tipi di influenza:
  - informativa
  - normativa

#### DIFFERENZE TRA ATTEGGIAMENTI

- Culturali
- Temporali
- Intergruppi: differenze di genere, religione
- Similarità interculturali: di classe uguale ma in paesi diversi

---

#### METODI DI RILEVAZIONE E MISURAZIONE DEGLI ATTEGGIAMENTI

→Vedere come si distribuiscono le opinioni pro e contro nella popolazione

Indicatori usati:

-autodescrizioni self-report di credenze, sentimenti e comportamenti

-comportamenti come firmare una petizione, dare contributi in denaro, posizione del corpo

-reazioni fisiologiche es. intensità di un sentimento rilevato

→ raccolta diretta (limite di desiderabilità sociale) /indiretta (riflesso galvanico della pelle es. pregiudizio, dilatazione pupillare per l'interesse, elettromiogramma facciale EMG, misura attività muscoli facciali che indica positività o negatività)

→ misure che non rivelano lo scopo dell'indagine

-vicinanza/lontananza fisica fra persone

-lettere smarrite, petizioni o disponibilità ad accompagnare

#### IL METODO LIKERT 1932

Costruire una serie di item in cui si raccolgono libri, discorsi, interviste sull'argomento

Nella formulazione delle affermazioni si seguono diversi criteri:

- Evitare frasi che esprimano dati di fatto, ma che suscitino emozioni e credenze

- Affermazioni impersonali o con condizionale
- Chiare
- Un solo pensiero
- Per metà atteggiamento favorevole, per metà sfavorevole

Esempi di item: scala di atteggiamento

#### IL DIFFERENZIALE SEMANTICO OSGOOD 1957

Misura le reazioni emotive che le persone anno verso un oggetto

3 dimensioni: valutazione, potenza, attività

La più importante è la valutazione:

- esprime un giudizio di valore
- distingue ciò che è apprezzato da ciò che non lo è
- suscita un atteggiamento positivo da ciò che viene rifiutato

Gradevole/spregevole e desiderabile sono gradi puri sempre presenti perché essenziali per valutare

- ➔ Scala semplice
- ➔ Meno diretta
- ➔ Si può usare per più scale

#### ITEM SINGOLO

Una domanda si no semplice, veloce, ma con minore attendibilità

---

### DISSONANZA COGNITIVA

Il cambiamento di atteggiamento presenta una forte opposizione proprio perché quest'ultimo essendo familiare suscita reazione positive, giustificandone la conservazione ma rendendoci riluttante al suo cambiamento. Essi, inseriti in un sistema interconnesso che li lega tra di loro e che quindi compongono essi stessi una parte della realtà che viviamo quotidianamente, sono dunque preesistenti, influenzando la nostra valutazione verso atteggiamenti nuovi e futuri.

Il cambiamento però può essere congruente verso l'atteggiamento preesistente, esaltandolo ed esagerandolo, oppure incongruente, cambiandone la valenza.

#### 2 teorie per cambiare gli atteggiamenti:

➔TEORIA DELLA DISSONANZA COGNITIVA:

Festinger(1957) parte dalla teoria dell'equilibrio cognitivo di Heider (att. causale):

P stima X, entrambi stimano O= situazione positiva

P stima X, P stima O, ma X no= negativa

P non stima X, P stima O, ma X no=positiva

In generale, secondo la formalizzazione di Cartwright e Harary, un grafo è equilibrato se il prodotto delle varie relazioni è positivo in senso algebrico.

Le strutture equilibrate sono stabili e resistenti al cambiamento, quelle disequilibrate creano tensione e la tendenza a modificare la struttura nel punto in cui ciò è più facile e meno dispendioso: possibile il cambiamento di att.

Noi tendiamo a mantenere l'atteggiamento in situazioni equilibrate, in situazioni di incoerenza siamo più portati al cambiamento. → La dissonanza produce un'eccitazione spiacevole, che è una motivazione a superarla.

→ Guerra in Vietnam, Festinger fa un esperimento, dice agli studenti di fare un discorso pubblico in cui si affermano pro alla guerra per i quali verranno pagati 20 dollari, in un'altra situazione invece li paga 1 dollaro. Una settimana dopo misura la loro propensione alla guerra, gli studenti pagati 20 dollari non cambiano atteggiamento e sono sempre contro la guerra, invece quelli pagati 1 dollaro si affermano più propensi alla guerra:

-poca dissonanza→poco cambiamento;

-la pressione debole di 1 dollaro non costituisce una giustificazione abbastanza forte per indurre un cambiamento = forte dissonanza→cambiamento, se sono disposto a farlo per così poco allora tutto sommato non sono così contro.

Questo spiega perché persone in certe situazioni sperimentano una dissonanza, ma cambiano il loro atteggiamento.

Situazioni che favoriscono la dissonanza:

- 1) Situazioni post-decisionali: scelta tra due alternative attraenti

#### **Strategie di riduzione:**

- nuova valutazione in modo da rendere più positiva l'alternativa scelta
- ricordo selettivo degli aspetti positivi
- negare la libertà di scelta
- negare la prevedibilità delle conseguenze

- 2) Giustificazione di uno sforzo: giudizio più positivo di uno scopo se il suo raggiungimento ha richiesto molto impegno

- 3) Situazione di accordo forzato: quando una persona, indotta dalla situazione o da altri, fa qualcosa che va contro le sue convinzioni

#### **→PERSUASIONE**

Comunicazione Persuasiva: avviene negli anni '40 e '50 a Yale sotto la guida di Hovland, ricevendo molti fondi dai militari per sviluppare studi che mirino a mantenere il consenso della popolazione

Sono stati studiati:

- Fonte: chi emette la notizia persuasiva; la fonte è efficiente se proviene da qualcuno attraente, potente, simile a noi, familiare. La sua credibilità dipende da quanto qualcuno è esperto ed affidabile.

La durata del cambiamento: sleeper effect, la dissociazione tra fonte e contenuto del messaggio che può esercitare influenza anche con fonti poco credibili dopo diverso tempo

→ una fonte per essere influente non deve avere interesse personale

- Messaggio deve essere:
  - Comprensibile
  - Il numero di argomentazioni
  - Organizzazione unilaterale (con ascoltatori poco informati o già favorevoli) o bilaterale (pubblico critico o scettico)
  - Il tono emotivo: fear appeal, i messaggi che suscitano paura sono efficaci, ma solo se mi indicano come affrontare il problema e quando l'ansia è bassa, quando l'ansia è alta è bene usare messaggi a bassa induzione di paura.
  - Stile: più efficace il caso singolo delle statistiche
  - Conclusione
  - Audience: il ruolo dell'intelligenza, chi è più intelligente è più critico e meno disposto a farsi influenzare; il genere, in uno studio di Eagly le donne risultarono più compiacenti non perché più gentili, ma perché erano argomenti maschili che non interessavano a quel pubblico; l'umore, quando il mood è positivo è efficiente ma solo se l'elaborazione è superficiale
- canale:
  - radio: nel '900 è stata un potente strumento di organizzazione e manipolazione del consenso
  - televisione: studi sulla sua influenza sulla politica
    - dibattito Kennedy/Nixon (1960)
    - importanza della telegenia
    - Reagan: presidenza retorica (1980-1988)
    - maggior persuasività della lingua madre
  - i messaggi difficili sono più persuasivi se scritti, se facili meglio i video

## IL RILANCIO DELLA DIMENSIONE ORALE

Più pregnante negli ultimi anni.

Caratteristiche della comunicazione orale:

- ha bisogno di un'interazione diretta, è vicina all'esperienza umana concreta, favorisce l'estroversione
- si esprime per ridondanze, ripetizioni, formule predefinite, basate su significati già strutturati e comprensibili
- assume un fine agonistico, di confronto sociale
- assume un tono generale di enfasi e partecipazione, piuttosto che un tono oggettivo e distaccato
- non favorisce processi di astrazione, ma il semplice accostamento di elementi

- non favorisce la velocità di pensiero e processi di analisi

