

Influența Socială

Psihologie Socială
Ghețau Cosmin



sociologie &
asistență socială

Cuprins

1

Introducere

2

Validarea socială

3

**Conformitatea și
conformarea**

4

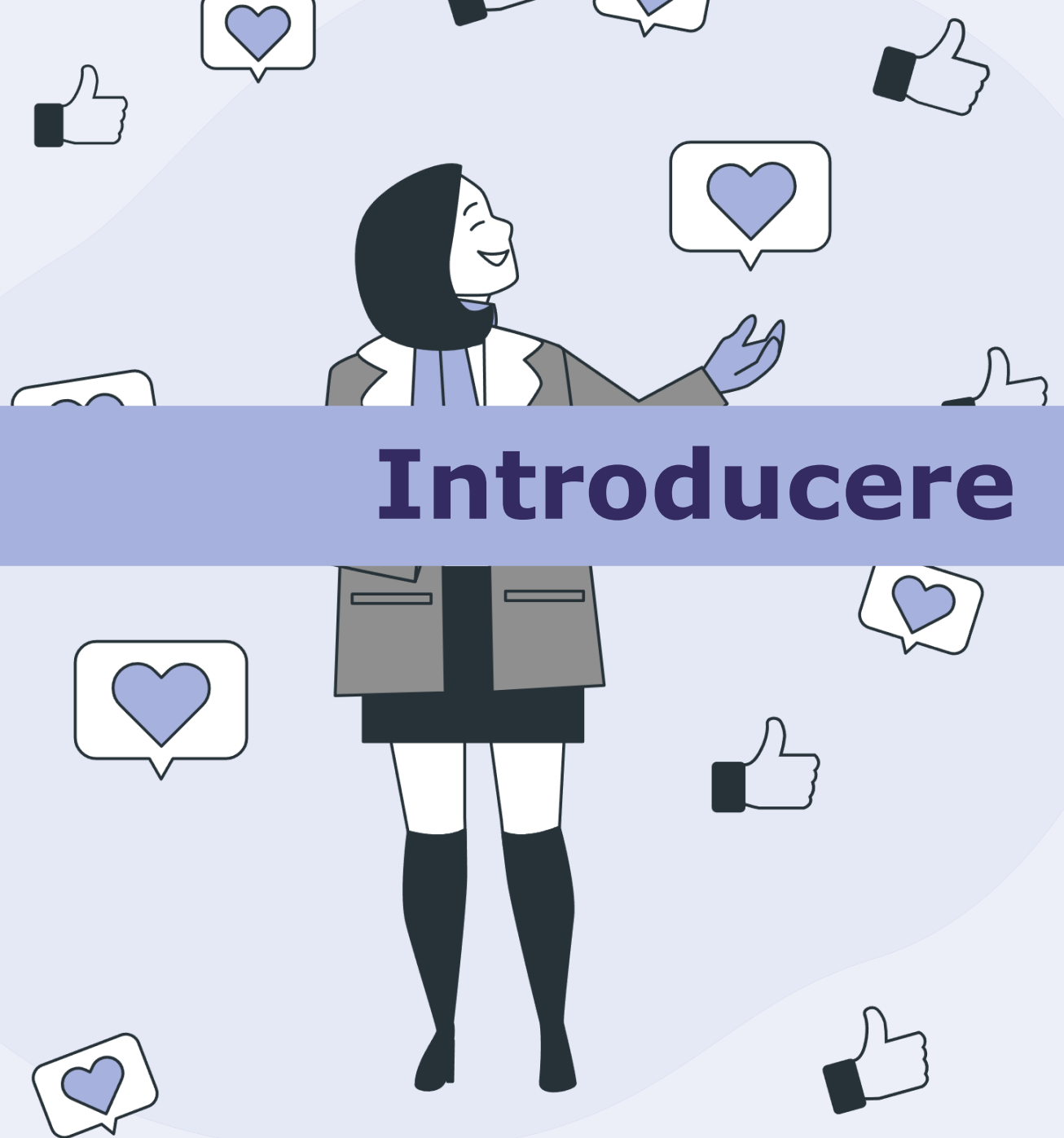
Persuasiunea

5

Autoritatea

1

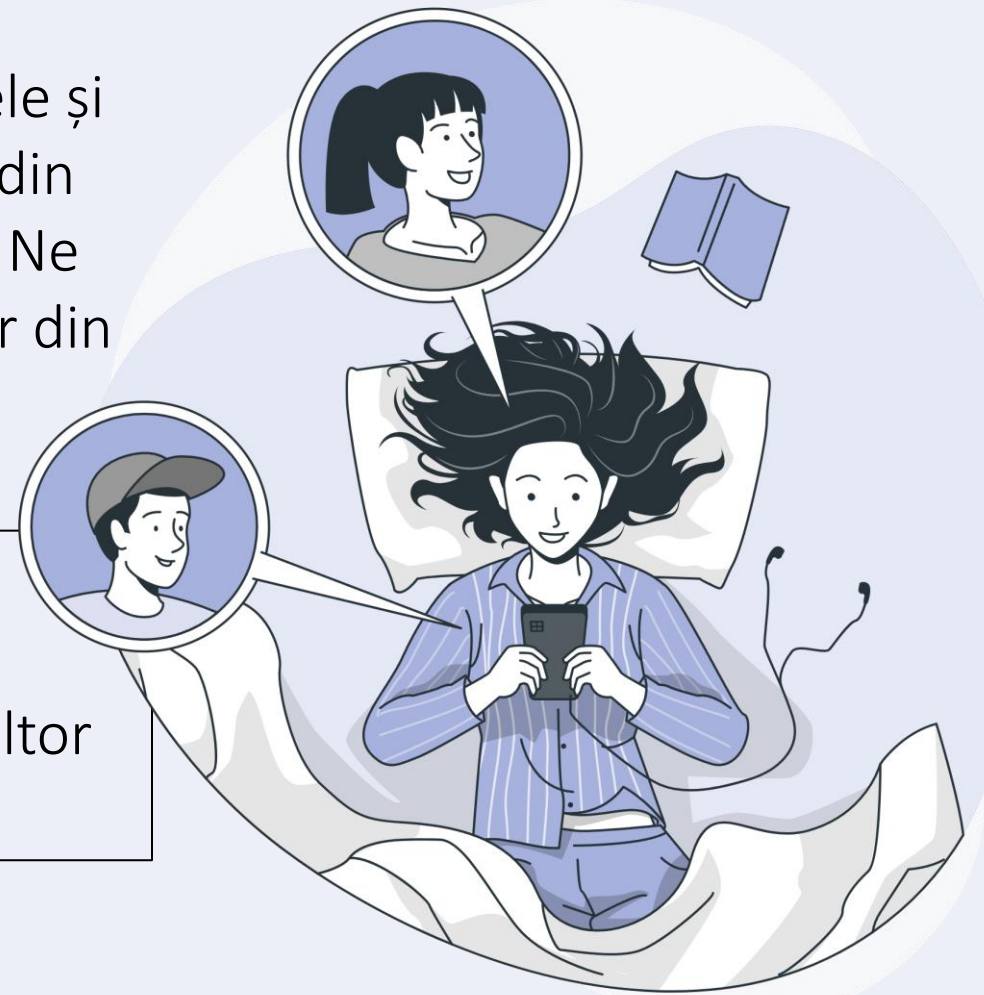
Introducere



Influența Socială

Influența socială modelează gândurile, sentimentele și comportamentele noastre zilnice. Schimbările vin din **interacțiunile cu ceilalți**, indiferent de prezența lor. Ne adaptăm comportamentul pentru a se potrivi celor din jur și adesea împrumutăm opiniile lor.

influența socială; se referă la procesele prin care gândurile, sentimentele și comportamentele unei persoane sunt afectate de prezența sau acțiunile altor persoane (*reală sau imaginată*).



2

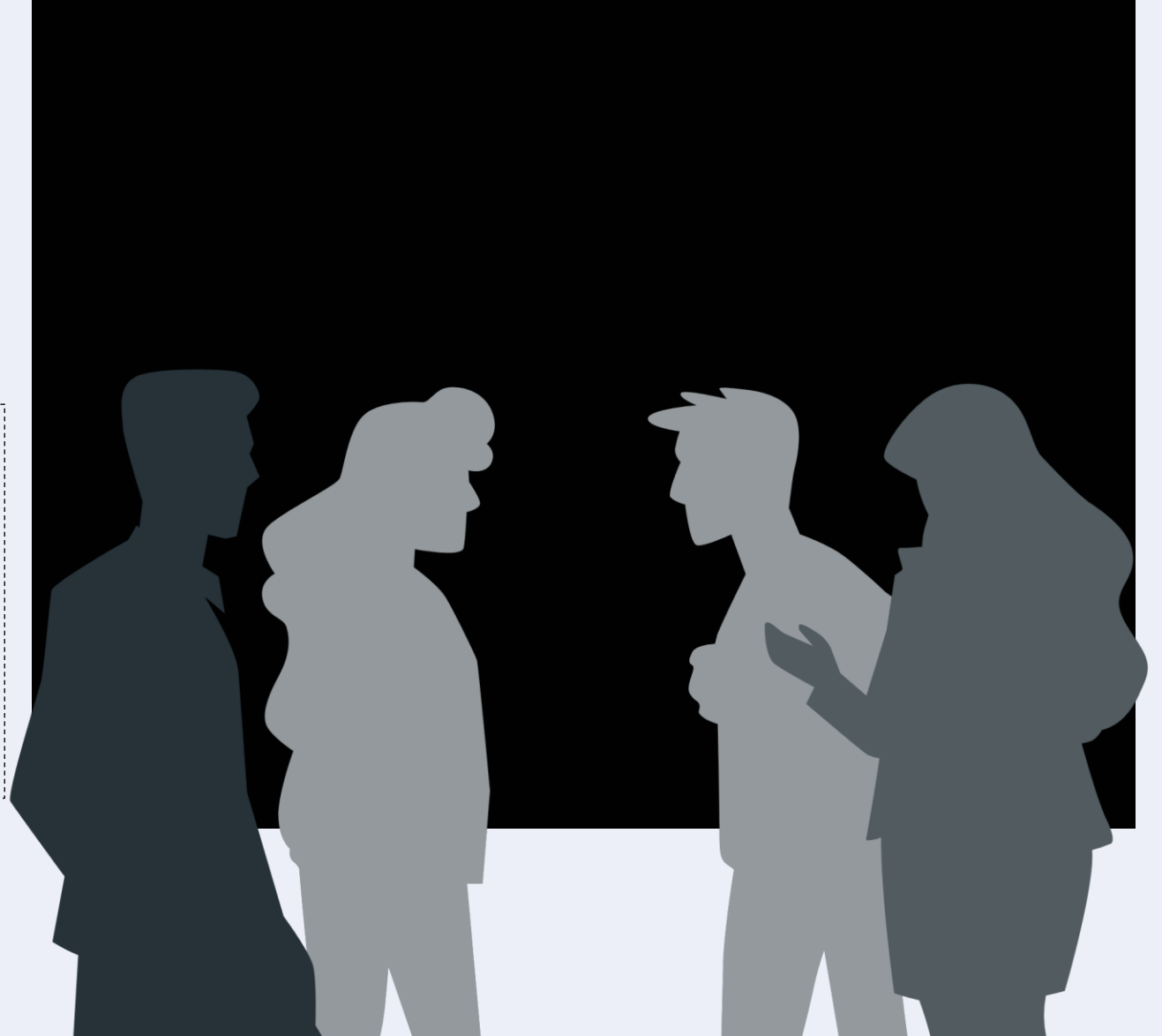
Validarea socială



Validarea socială

Validarea socială este un fenomen în care indivizii își ajustează comportamentul și opiniile în funcție de atitudinile și acțiunile celor din jur, în căutarea unei confirmări sociale pentru propriile lor credințe și acțiuni.

De exemplu, în studiul clasic al lui Milgram, Bickman și Berkowitz din 1969, s-a observat cum oamenii *au început să privească cerul* fără niciun motiv aparent atunci când au văzut că un grup face acest lucru.



Teorii ale validării sociale

Teoria comparării sociale

Teoriile din domeniul psihologiei sociale explorează diverse aspecte ale validării sociale. Una dintre teoriile relevante este *teoria comparării sociale* propusă de **Festinger** în 1954. Această teorie subliniază că **indivizii se compară constant cu ceilalți pentru a-și evalua propriile opinii și abilități.**

+

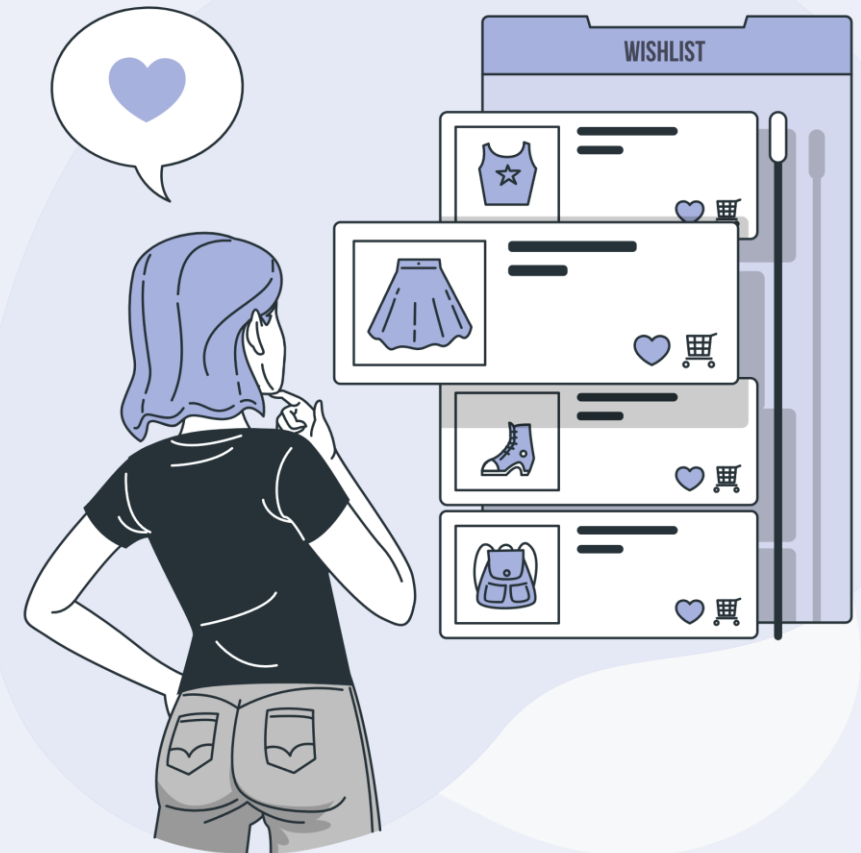
În lipsa unor indici obiectivi, recurgem la comparația socială pentru a ne ghida evaluările.



Teorii ale validării sociale

Principiul validării sociale

Principiul validării sociale reprezintă o abordare mai specifică a influenței sociale, sugerând că suntem predispuși să reacționăm pozitiv la o solicitare sau un comportament dacă acestea se aliniază cu opiniile sau acțiunile altor persoane. Acest principiu poate fi observat în diverse contexte, cum ar fi marketingul, unde prezentarea unui produs ca fiind "cel mai vândut" poate influența decizia de cumpărare a consumatorilor.





3

Conformitatea și conformarea

Conformitatea

Conformitatea este procesul prin care indivizii își ajustează opiniile sau comportamentele pentru a se conforma așteptărilor unui grup sau normelor sociale. Acest proces poate varia de la acceptul extern temporar până la acceptarea privată mai durabilă (sau *conformitatea la nivel de conversie*).

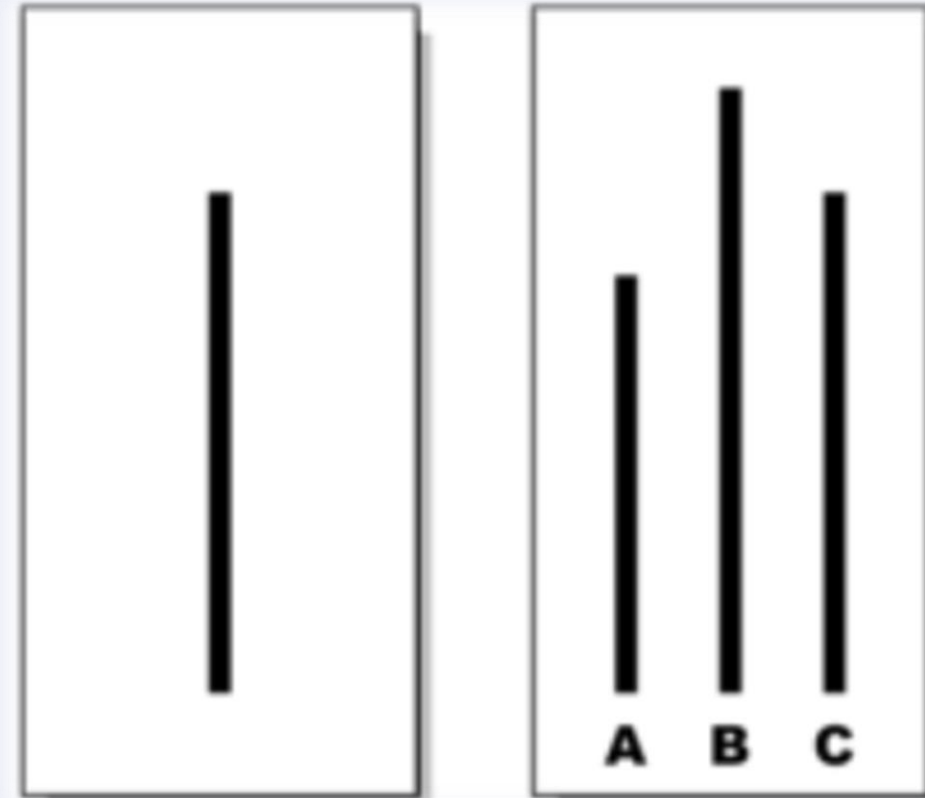
Un exemplu al acceptului extern este situația în care un individ ascultă un anumit gen muzical la o petrecere, dar nu continuă să-l asculte acasă. În contrast, conformitatea la nivel de conversie implică adopția permanentă a opiniilor sau comportamentului conform grupului.



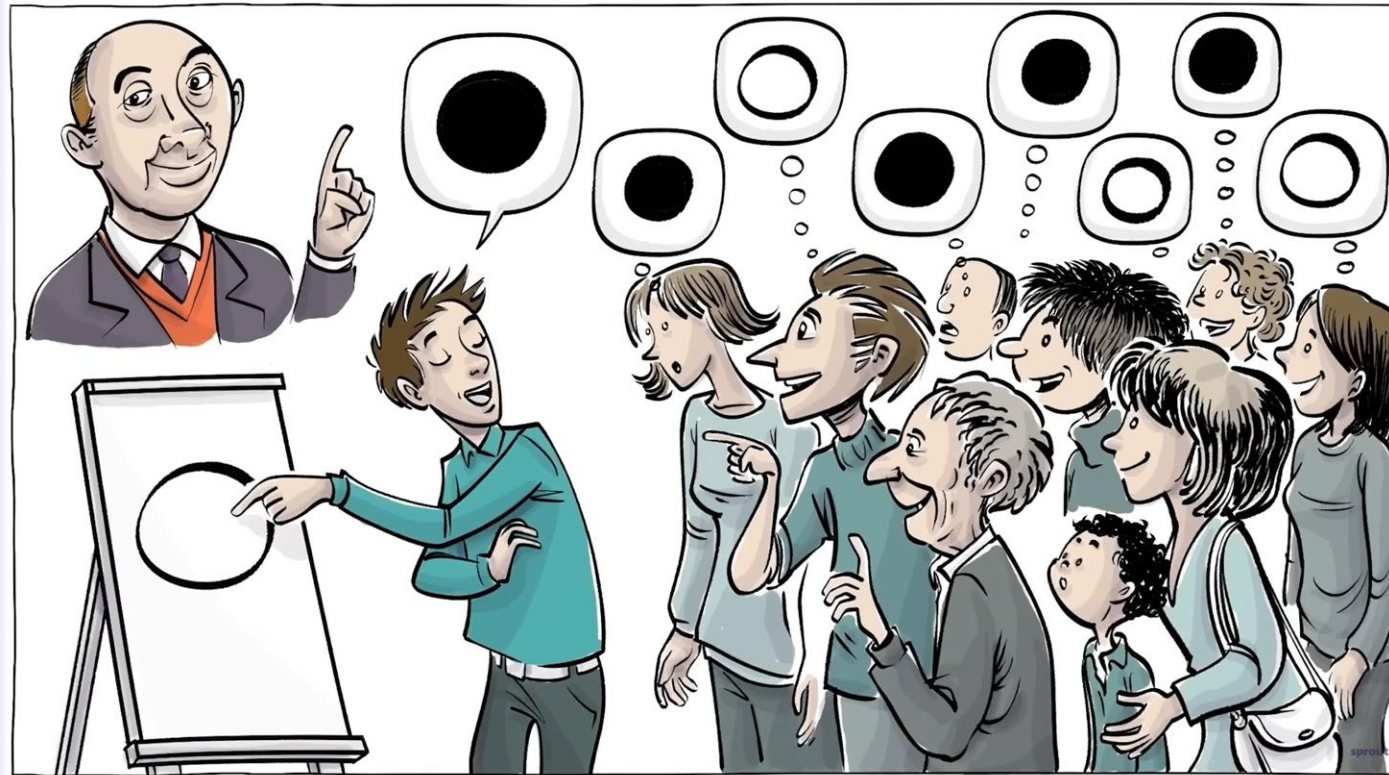
Conformitatea în Laborator: Experimente Asupra Conformității

Fenomenul conformității a fost investigat inițial de Arthur Jenness în 1932 printr-un experiment în care a invitat participanții să estimeze numărul de boabe de fasole conținute într-un recipient.

Dar, cel mai cunoscut experiment a fost condus de Solomon Asch în 1955. În acest studiu, participanții erau rugați să identifice linii verticale, iar majoritatea participanților, chiar dacă răspunsul corect era evident, **adoptau răspunsul greșit sugerat de ceilalți**. Acest experiment a evidențiat puterea presiunii sociale în determinarea conformității.



Experimentul lui Asch



Asch Conformity Experiment

Factori ce pot influența Conformitatea

Factorii culturali și **contextul social** influențează nivelul de conformitate. În culturile colectiviste, precum Japonia, conformitatea este mai mare, în timp ce în culturile individualiste, precum SUA, este mai mică.



Alți factori ce pot influența conformitatea sunt

opoziția deschisă față de grup

(când cel puțin o altă persoană se opune – *ai un aliat*)

și

anonimitatea (atunci când ceilalți nu știu că te-ai opus lor

precum într-un vot secret)

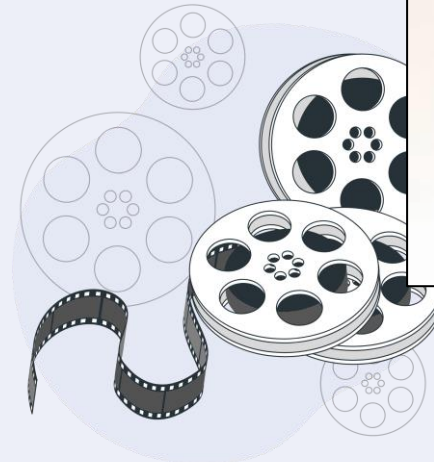
pot reduce conformitatea.



Conformitatea în viața de zi cu zi

În viața de zi cu zi, conformitatea poate avea un impact semnificativ, de la luarea deciziilor în cadrul organizațiilor la influența asupra deciziilor politice.

În lumea divertismentului, filmul „12 oameni furioși” ilustrează riscurile conformității și evidențiază întrebări despre puterea unei minorități de a schimba opinia majorității. Acest exemplu subliniază importanța examinării critice a presiunii sociale și a independenței în luarea deciziilor.



Puterea minorității

Serge Moscovici, un psiholog româno-francez, a realizat experimente asupra obedienței față de grup, axându-se pe puterea minorității în loc de puterea majorității.

În unul din experimentele conduse de Moscovici participanții au fost expuși la serii de slide-uri colorate în albastru, unde doi din cei șase participanți erau complici ai experimentatorului. Contrar așteptărilor, Moscovici a constatat că, **în anumite condiții, minoritățile persistente au reușit să influențeze percepția majorității**. Evident, procentele de succes au fost mai scăzute decât în cercetările lui Ash, cu doar 8,4% din participanți indicând culoarea greșită sub presiunea minorității.



4

Persuasiunea



Persuasiunea

Persuasiunea reprezintă un aspect central în interacțiile sociale, implicând **eforturi active de schimbare a atitudinilor, convingerilor sau emoțiilor unei persoane în legătură cu diverse subiecte.**

În studiul persuasiunii, un model important este **Modelul elaborării probabilităților**, dezvoltat de Petty și Cacioppo în 1986.

Acest model propune că mesajele persuasiv se procesează prin două rute distincte: **ruta centrală** și **ruta periferică**.

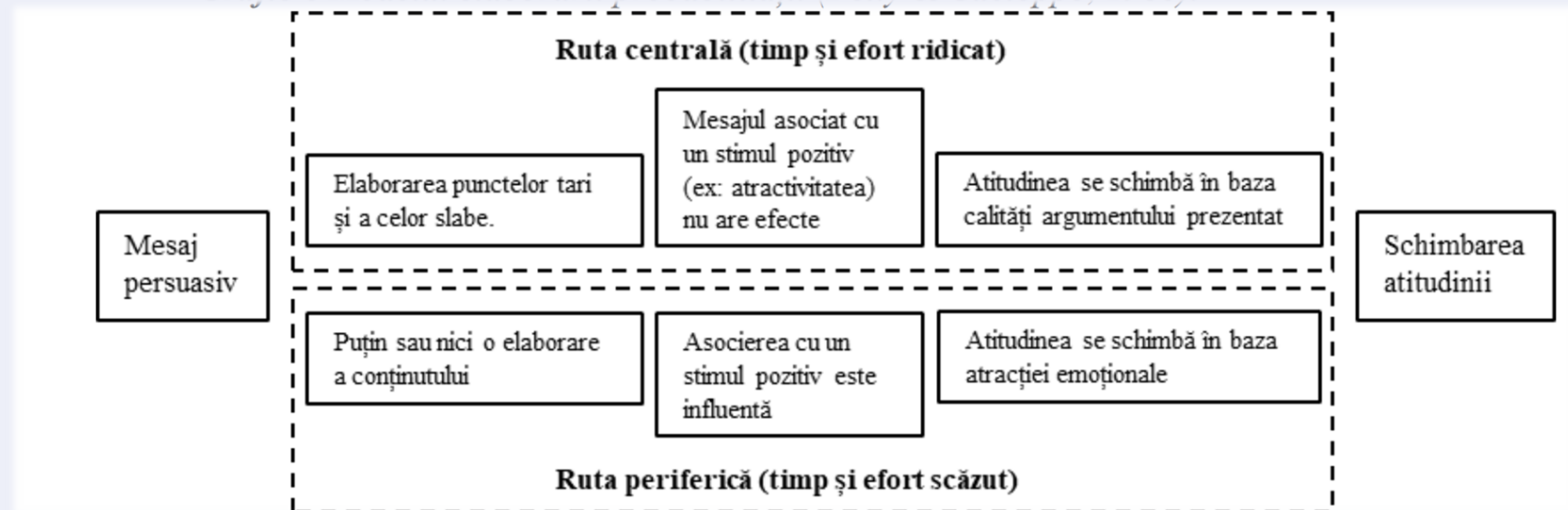
Ruta centrală implică o analiză atentă și detaliată a argumentelor prezentate în mesaj, în timp ce ruta periferică se bazează pe indici superficiali sau scurtături cognitive.



Modelul elaborării probabilităților

În practică, alegerea între aceste două rute depinde de mai mulți **factori**, precum **importanța subiectului**, **capacitatea de procesare a informațiilor** și **circumstanțele specifice ale situației**.

De exemplu, în situațiile în care subiectul este relevant și avem suficient timp și energie pentru a analiza argumentele în detaliu, este probabil să adoptăm ruta centrală de procesare. În schimb, în situații mai puțin importante sau când suntem ocupați, putem recurge la ruta periferică, bazată pe indici superficiali sau emoționale.



Principiile persuasiunii



7 Principles of Psychological Persuasion



***Deci?
Care sunt și în ce ordine aplică Jane
principiile persuasiunii?***



5



Autoritatea

Cât de obedienți suntem?



How Obedient Are We? | Social Experiment

Autoritatea în practică

În 1966, Hofling și colegii săi au efectuat un experiment în care au sunat asistentele medicale dintr-un spital, pretinzând că sunt doctori și le-au cerut să administreze pacienților o doză periculoasă dintr-un medicament.

Experimentul a respectat normele de siguranță, cu doctori pregătiți să intervină în cazul în care asistentele ar fi fost dispuse să urmeze instrucțiunile telefonice, 95% dintre asistentele contactate au fost de acord să administreze doza periculoasă.

Alte cercetări au arătat că oamenii sunt mai dispuși să urmeze ordinele celor care poartă uniforme, iar chiar și un simplu articol vestimentar distinct poate semnala autoritatea și influența comportamentul.



Experimentul Miligram



**The Milgram
Experiment: Would You
Do It?**

Variațiile experimentului

- **Impactul instituțional:** Fiind asociată cu o instituție de renume, autoritatea câștigă putere.
- **Puterea angajamentului:** Participanții găsesc dificil să stabilească momentul potrivit pentru a se opune ordinelor, odată ce au început să le execute.
- **Responsabilitatea autorității:** Credința că autoritatea poartă responsabilitatea pentru acțiunile ordonate poate crește obediența.
- **Bariere în empatie:** Obediența este mai mare când participanții nu au contact vizual sau auditiv direct cu persoanele afectate de acțiunile lor.



[Stanley Milgram | Biography, Experiment, Books, & Facts](#)

Puterea contextului

Experimentul Închisorii Stanford, condus de Philip Zimbardo, a demonstrat că indivizii repartizați în roluri de gardieni și deținuți într-un mediu simulat al închisorii au manifestat comportamente extreme, inclusiv abuzuri și violență.

Această cercetare subliniază **puterea contextului asupra acțiunilor individuale, evidențiind influența mediului în promovarea autorității prin uniforme și în distanțarea dintre roluri.**

Similar cu experimentele lui Milgram, acest studiu arată că mediul și rolul atribuit pot influența semnificativ comportamentul uman.



[Stanford Prison Experiment | History & Facts | Britannica](#)

Mărturia participanților



**Zimbardo prison
experiment
(shortened clip)**