

Pérez, J.A. & Boncu, S. (1996). Clasic și modern în cercetările asupra influenței sociale. In J.A. Pérez & S. Boncu (Comps.). *Influența socială. Texte alese*. Iasi: Editurii Universității "Al. I. Cuza", 9-49.

Juan Antonio Pérez
Ștefan Boncu

Clasic și modern în cercetările asupra influenței sociale

Oricât ar părea de paradoxal, este dificil de trasat o graniță precisă între domeniul influenței sociale și cel al psihologiei sociale. Definiții ale psihologiei sociale de felul "studiul modalităților în care gândurile, sentimentele și comportamentele indivizilor sunt influențate de prezența actuală, implicită ori imaginată a altora" (Allport, 1968) sau "studiul efectelor celorlalți asupra comportamentelor unui individ" (Wrightman, 1972) se potrivesc la fel de bine și influenței sociale. Iată două dovezi: influența socială ar fi "studiul modalităților în care indivizii sunt afectați de presiunea reală sau imaginată exercitată de alții" (Kiesler & Kiesler, 1969) sau "studiul efectelor pe care indivizii le au unii asupra altora în ce privește atitudinile și comportamentele" (Brehun & Kassin, 1990). Capitulând în fața aporiei, am putea accepta cercul vicios, așa cum se întâmplă într-un alt domeniu al psihologiei aflat în dificultate: influența socială ar coincide cu ceea ce studiază cei ce susțin că studiază influența socială. Singura teșire pare să o reprezinte postularea: am putea decide că influența socială vizează descrierea și explicarea dinamicilor psihologice subiacente proceselor de formare, respectare și inovare a normelor. Oricum, suspectarea similitudinii între cele două domenii măturisește despre ubicuitatea fenomenului de influență, dar dezvăluie și unele dubii cu privire la utilitatea conceptului de influență socială.

Odată limpezită distincția acesta (sic!), întâmpinăm o altă confuzie posibilă: aceea între influența socială și schimbarea de atitudine. De data aceasta

sarcina este mult mai simplă. Studiul atitudinii și al schimbării de atitudine corespunde cercetării proceselor și structurilor psihologice într-o situație de influență. Teoriile din acest domeniu au o pronunțată tentă cognitivistă, ele aplicându-se asupra tratamentelor cognitive ce stau la baza schimbării. Studiile de influență socială se preocupă cu precădere de contextul social al formării și schimbării atitudinilor (Ligly & Chaiken, 1993). Relația dintre sursă și țintă capătă o însemnătate deosebită. Din interpersonală ea devine socială în adevăratul sens al termenului, implicând inserțiile sociale ale indivizilor. Astfel, domeniul influenței sociale include cercetările din sfera normalizării, conformismului, obedienței, complexității în fața cererilor celorlalți și influenței minoritare. Deși am ales să tratăm în această scurtă prezentare numai facilitarea socială, în opinia noastră influența socială include și un alt proces în care prezența altora este hotărâtoare: deindividuirea. În plus, ne îndoiim că o sinteză cuprinzătoare de influență socială ar putea scăpa din vedere un proces de grup cum este polarizarea opiniilor.

Facilitarea socială

Faptul primordial al științei psihosociologice este evoluția individului în mijlocul semenilor. În forma sa incipientă, ca și în formele cele mai evolute, socialul înseamnă con-viețuire. Este individul afectat de simpla prezență a celorlalți? Constituie co-prezența pură o situație de influență socială? La începutul veacului al XX-lea tânăra disciplină a psihologiei sociale făcea din această întrebare obiectul primelor sale experimente.

Într-un articol din 1898, intitulat "Factori dinamogenetici în competiție și în imprimarea ritmului", Norman Triplett a remarcat timpii superiori ai cicliștilor evoluând în compania altora, în comparație cu timpii obișnuiți în situația de cursă solitară. El a imaginat apoi un context pe care l-a vrut modelul curselor de biciclete, cerând unor copii să acționeze mulinete, "cât de repede sunt în stare", singuri sau având alături pe alții care făceau același lucru. Cercetătorul a constatat o performanță superioară în al doilea caz, conchizând asupra influenței benefice pe care prezența altora ce execută o sarcină identică o are asupra individului.

În anii '20 Floyd Allport, autorul primului manual de psihologie socială ce-și întemeiează sintezele pe studii experimentale, a dat un nume acestui fenomen - facilitarea socială, semnalându-i prezența și în lumea animală. El a distins între efectele publicului sau ale audienței (ceilalți asistă pasivi la evoluția subiectului) și efectele co-acțiunii (ceilalți prezenți fac același lucru ca subiectul). Tot el a anticipat teoria impulsului, observând efectul facilitator al co-actorilor în răspunsurile comportamentale, deschise, și înăruirea lor negativă în răspunsurile intelectuale, ca rezolvarea de probleme sau învățarea (Geen, 1989). În perioada dintre cele două războaie mondiale cercetările s-au înmulțit, făcând apel atât la subiecți umani, cât și la subiecți recrutați din diferite specii animale. Totuși, pe lângă efectele propriu-zise de facilitare socială, s-a constatat curând că există situații în care prezența altora se soldează cu efecte negative asupra performanței. Lipsa unei explicații unificatoare, precum și dificultatea de a defini cu exactitate pasivitatea publicului, au condus la dispariția interesului pentru acest fenomen. În 1965, când R. Zajonc își publică articolul (iradus în volumul de față), studiile asupra facilitării sociale căzuseră în desuetudine și mulți le priveau ca pe o eroare a debutului, ca pe o fundătură a cercetării. Prin simplitatea și nemaipomenita eleganță a interpretării sale, Zajonc va resuscita preocupările pentru acest domeniu. Astăzi nici o discuție despre procesele de grup sau despre influența socială nu mai poate ocoli problema dificilă a facilitării sociale.

Punctul de plecare al psihologului social american a fost un principiu binecunoscut al psihologiei experimentale: ideea că activarea mărește răspunsul dominant. Potrivit ecuației lui Hull - Spence, tendința de a da un răspuns crește direct proporțional cu puterea obișnuinței de a-l emite și cu nivelul impulsului. Creșterea activării îmbunătățește performanța în activitățile simple, bine învățate; aici răspunsul către care există propensiune - răspunsul dominant - este cel corect. Dimpotrivă, în sarcinile complexe răspunsul dominant nu mai corespunde celui corect, iar activarea, favorizând emiterca lui, duce la o performanță slabă sau chiar la eșec. Zajonc a aruncat o punte între cele două domenii de cercetare, observând că prezența celorlalți determină creșterea activării. Prin urmare, compania lor provoacă răspunsurile dominante, făcând ca individul să se depășească pe sine în sarcinile simple, pe care le cunoaște perfect și să aibă o evoluție nemulțumitoare în cele complicate, de rezolvare de probleme sau de creativitate. La drept vorbind, facilitarea socială își merită numele numai în cazul primului tip de sarcini - în sarcinile complexe ea se transformă într-un serios blocaj extern.

În 1965 Zajonc n-a formulat decât ipoteze, fără să fi putut invoca în sprijin rezultate ale unor cercetări personale. În anii care au urmat adepții teoriei acesteia, numită și teoria impulsului, au încercat să testeze propoziția fundamentală, conform căreia prezența altora are proprietatea de a determina creșterea activării persoanei. De pildă, s-au luat măsuri psihofiziologice ale activării, ca transpirația palmelor. În alte experimente s-au stabilit exact răspunsurile dominante și cele non-dominante și s-a verificat apariția lor. După sute de studii, deși contestată și concuroasă de alte concepții, teoria impulsului pare să supraviețuiască. De exemplu, în urma unui studiu asupra preferințelor pentru culori, s-a ajuns la concluzia că acestea devin mai puternice și mai tranșant exprimate când subiectul este asistat de alții decât atunci când se află izolat (Myers, 1994). Într-o astfel de sarcină corectitudinea răspunsului nu are relevanță, evaluarea celorlalți apare lipsită de sens, încât singura variabilă independentă rămâne simpla lor prezență. Tocmai la conceptul de simplă prezență, asupra căruia Zajonc (1980) a insistat cu tenacitate, s-a referit principala critică. Simpla prezență implică un public total inactiv, ce nu oferă nici un feedback. Potrivit acestei concepții, fenomenul de facilitare socială are loc, indiferent de ceea ce fac membrii publicului, și indiferent de ceea ce gândește subiectul despre prezența lor.

Ipoteza simplei prezențe nu trebuie confundată cu teoria simplei expunerii (mere exposure), propusă de același R. Zajonc (1968). Aceasta se referă la situațiile în care reacția afectivă favorabilă a unui individ față de un stimul are drept condiție suficientă expunerea lui repetată la acel stimul. Astfel de efecte au fost obținute experimental făcându-se apel la stimulii din cei mai diverși: silabe fără sens, liere chinezești, fotografii ale unor persoane, fragmente de cântece pakistaneze, persoane reale (Vanbeselaere, 1983).

Revenind la concepția lui Zajonc asupra facilitării sociale, este greu de acceptat ideea că în situații reale, și nu în sarcini de laborator formalizate și abstracte, interpretările pe care individul le dă conduitei celorlalți află de față rămân fără urmări. În fond, trăim într-o lume încărcată cu semnificații, iar condiția umană înseamnă tocmai a crea și a răspunde acestor semnificații. În plus, deși autorul american ridică facilitarea socială la rangul de prototip al influenței sociale, în concepția sa celălalt își pierde toată esența socială, jucând un rol stimulator pe care l-ar putea îndeplini și o substanță chimică (Leyens, 1979).

Principala rivală a concepției lui Zajonc este teoria fricii de evaluare, elaborată de Nicholas Cottrell (1972). Aceasta susține că publicul ca și co-actorii,

înseamnă pentru individ înainte de toate posibilitatea de a fi evaluat. Ca atare, autorul menționat propune o modificare a teoriei simplei prezențe, avansând ipoteza că celălalt provoacă o creștere a activării numai dacă este privit ca un potențial evaluator. Spre a testa această ipoteză, Cottrell și colaboratorii săi (1968) au contrastat condiția de simplă prezență cu una în care membrii publicului erau legați la ochi, explicându-se subiectului că se pregătesc astfel pentru a participa la o experiență asupra percepției. Spre deosebire de publicul disponibil de posibilitatea urmăririi evoluției subiectului, cei lipsiți de această posibilitate n-au determinat răspunsuri dominante decât într-o măsură foarte redusă; cercetătorii au putut conchide că ei n-au influențat nivelul de activare al subiectului. S-a demonstrat, de asemenea, că indivizii cu scoruri înalte la anxietate devin mai anxioși în situația de evaluare de către un public decât cei ce au această trăsătură mai puțin pronunțată, fapt ce confirmă teoria fricii de evaluare. Cottrell a explicat capacitatea instanței evaluatoare de a suscita frică prin anticiparea de către actor a rezultatelor negative ale evaluării. Provoacă, frică, aceste expectanțe produc implicit o creștere a activării. Pe de altă parte, expectanțele cu privire la urmările pozitive ale evaluării implică și ele o evaluare, încât ambele tipuri de expectanțe stăruiesc prin a produce efecte de facilitare socială (Geen, 1989).

Guerin și Innes (1982) aduc un important amendament acestei concepții, precizând că publicul evaluator nu are impact decât în măsura în care se află în imposibilitatea de a avea un feed-back. Individul se interesează de felul în care celălalt îi privește comportamentele ca să poată prevedea reacțiile viitoare ale acestuia. În momentul în care celălalt îi luminează feed-back-uri, el cunoaște evaluările pe care acesta le face și devine mai sigur în privința comportamentului viitor al lui. Guerin (1989) a pus în evidență efecte de facilitare socială numai în cazul subiecților care, efectuând o sarcină, puteau vedea publicul ce-i urmărea. Rezultatele n-au indicat astfel de efecte pentru subiecții ce nu puteau vedea pe cei care-i evaluau.

Analiza datelor experimentale ale lui Duval și Wicklund (1972) a îngăduit acestor autori să formuleze o alternativă la concepția lui Zajonc despre facilitarea socială. În experimentele lor, concentrarea subiectului asupra propriului eu se obținea prin așezarea lui în fața unei oglinzi, a unei camere de luat vederi sau a unui public. Atenția îndreptată spre sine însuși determină comparații între eul actual, sau sarcina actuală și eul ideal, ce se coajugă cu un nivel ridicat al performanței. Diferența constată pe această cale îl motivează pe

subiect să-și amelioreze performanța. Așadar, prezența altora, cu determinant al întoarcerii atenției către sine însuși, stă și ea la baza unei astfel de tentative a subiectului. Din pricină că teoria nu explică efectele inhibitoare, Carver și Scheier (1981), autorii unei apreciate concepții despre auto-reglare, au adăugat că în sarcinile complexe discrepanța dintre actual și ideal devine mult prea mare, și individul renunță să o facă să dispară, performanța fiind, în aceste condiții, redusă.

O teorie a facilitării sociale ce ține seama mai puțin decât oricare alta de caracterul social al acestui fenomen este teoria distragerii - conflict, aparținând lui G. Sanders și R. Baron. Atenția joacă, ca și în concepția preculentă, rolul central. Ceilalți, în calitate de observatori sau de co-actori distrag atenția subiectului de la sarcină; astfel ia naștere un conflict, subiectul trebuind să alenească obiectul atenției. Conflictul, ce corespunde unei suprăîncălcări a sistemului cognitiv, cauzează activare iar aceasta la rândul ei conduce la efectele cunoscute asupra performanței. Și stimulii non-sociali dispun de potențial de distragere a atenției, încât și ei pot declanșa activarea, afectând performanța.

Facilitarea socială constituie astăzi obiectul unei vii confruntări de idei. Chiar dacă procesele de facilitare au loc la nivelul zero al interacțiunii, ele constituie forma radicală de influență, cea mai simplă, dar căreia cu greu ne putem sustrage.

Normalizarea

Ceea ce ne frapază la un grup social, adică la un ansamblu de persoane aflate în interacțiune față în față, este similaritatea atitudinilor și conduitei, care face ca, în multe situații, grupul să acționeze adoma unui singur individ. În mod firesc, cercetările de pionierat în domeniul fenomenelor de grup și în cel al influenței sociale și-au propus să abordeze acest fenomen al uniformității. S-a înțeles repede că nici imitația (influența exercitată de modele superioare), nici facilitarea socială nu pot oferi explicații multumitoare. Sursele posibile ale acestei uniformități de comportament erau în număr de trei (Newcomb, Turner & Converse, 1970): (a) similaritatea afinităților pe care membrii le avuseseră înainte de a se constitui grupul - dar aceasta presupunea o viziune individualistă asupra grupului și un imobilism al acestuia; (b) influențele similare ce acționează din exterior asupra fiecăruia din membrii grupului - o explicație ce probează

aceleași deficiențe; (c) influența reciprocă a membrilor grupului. Ipoteza din urmă părea cea mai validă și avea să conducă la constituirea unui domeniu al psihologiei sociale și mai apoi a unei științe de sine stătătoare: dinamica grupului. Conceptul crucial, exprimând puterea fiecăruia din membri asupra celuilalt și a grupului asupra tuturor fusese de mult inventat: norma de grup. Dar, până atunci nici o cercetare nu-i oferise un fundament experimental. Cel ce s-a încumetat să o facă, demonstrând magistral forța și subtilitatea metodei experimentale, a fost Muzafer Sherif (1935), a cărui credință era că normele sociale apar ca să ghideze comportamentul în situații ambigue.

Într-un fel, cercetările în domeniul normalizării se situează în continuarea celor efectuate asupra facilitării sociale. În orice caz, momentul apariției interesului pentru fenomenele de co-prezență și co-acțiune coincide cu cel al nașterii noii paradigme, ce va domina influența socială mai bine de 30 de ani: conformismul. Normalizarea, fenomenul pe care intenționăm să-l tratăm în aceste rânduri, a fost multă vreme asimilată conformismului. Dacă adoptăm o definiție a conformismului de tipul "acceptarea de către indivizi a normei de grup", înțelegem starea de lucruri din epocă.

În general, cei ce ignoră termenul de normalizare și tratează experimentele lui Sherif în strânsă legătură cu cele ale lui Asch, remarcă totuși că avem de-a face cu două dinamici diferite, una ilustrând influența informațională, iar cealaltă influența normativă. Mai mult, se consideră că normalizarea ilustrează schimbarea profundă a atitudinilor, acceptarea privată, în vreme ce intervenția sursei în situația Asch conduce la conformism public (vezi, de exemplu, Cooper & Worchel, 1978; Brehm & Kassir, 1990).

Moscovici pledează hotărât pentru specificitatea procesului de normalizare. După opinia acestui autor (1979), influența socială se poate manifesta sub trei forme: conformism, normalizare și inovație. Deși suntem departe de a socoti taxonomia aceasta completă, o acceptăm pentru moment, căci ea furnizează criterii utile pentru înțelegerea formării normelor ca proces distinct de influență socială. Din acest punct de vedere, normalizarea implică în mod necesar influența reciprocă a membrilor grupului. Ea se produce în cazurile în care membrii grupului au competență egală și sunt relativ puțin dispuși să impună propria poziție celorlalți (Sherif, 1936; Levine & Pavelchak, 1984). Fenomenul fundamental în situațiile de normalizare constă în inexistența unei norme stabilite dinainte, pe care grupul ar impune-o indivizilor fără ca ei însuși să fie sensibili la poziția acestora. Lipsa consensului majorității cu privire la răspunsul corect face

ca membrii, nesiguri pe răspunsurile lor, să exercite influență unul asupra altuia și să sfârșească prin a adopta o normă comună, ce întrunește adeziunea tuturor și exprimă poziția grupului față de stimulul respectiv.

Am remarcat deja că travaliul lui Sherif intra în concurență cu cercetările asupra facilității sociale. Să observăm că, mai mult decât atât, dispula dintre cele două linii de cercetare, dintre cei doi fondatori ai psihologiei sociale experimentale, Floyd Allport și Muzafer Sherif, a însemnat de fapt ciocnirea dintre individualism și gestaltism. Allport, într-o epocă în care un demers experimental se mai putea lunda pe o filosofie, respingea pe Hegel, cu ideile lui despre spiritul colectiv, ca și pe mult mai pozitivistul Durkheim; el opunea reprezentărilor colective ale celui din urmă ideea că grupul nu reprezintă nimic mai mult decât suma membrilor săi. Dimpotrivă, Sherif va susține că grupul constituie o entitate unică, deosebită de fiecare individ în parte și de adunarea lor. Cercetările asupra formării normelor de grup au fost inspirate tocmai de această idee, lăi va arăta că în domeniul percepiv interjeciunea indivizilor conduce la conspurarea unor norme comune, diferite de standardele individuale și preluate de indivizii care-și abandonează propriile norme.

Pentru a reproduce în laborator situațiile din viața cotidiană în care realitatea fizică este ambiguă, neconstrângătoare, îngăduind alegerea unei poziții, Sherif a ales efectul autocinetic. Acest fenomen, cunoscut pînă atunci astronomilor și fizicienilor, constă în faptul că în întuneric deplin un punct luminos fix apare ochiului uman cu allându-se în mișcare. Distanța pe care se deplasează punctul diferă de la un individ la altul, dar rămâne relativ constantă la același individ.

Cercetătorul a organizat ședințe individuale și ședințe de grup. În cadrul celor dintâi el cerea subiecților să dea estimări succesive ale deplasărilor punctului luminos. În ședințele de grup subiectul are de îndeplinit aceeași sarcină numai că de data aceasta se află în compania altor doi subiecți care-și rostesc și ei aprecierile cu voce tare. În urma analizei rezultatelor din experimentele individuale, Sherif a ajuns la concluzia că, în decursul mai multor estimări, fiecare individ își formează o manieră de a percepe mișcarea punctului luminos, o normă individuală ce guvernează, îndată după ce a fost săvîrită, percepția individului asupra deplasărilor. Este evident că norma aceasta îl ajută pe subiect să introducă o structură și un înțeles în situația ambiguă și, în plus, îl face să fie constant, în acord cu el însuși. Cât privește situația în care indivizi cu norme deja construite formează un grup de evaluatori, se constată că oricât de diferite ar fi

percepțiile lor la început, ei ajung să stabilească o normă întrunind adeziunea tuturor, superioară normelor individuale întrucât instaurează consensul. Confirmând o ipoteză foarte îndrăzneală, Sherif a arătat că în ședințele individuale ce urmează ședințelor de grup, subiecții utilizează norma colectivă - indicu convingător al acceptării ei private, întrucât apelul la normă se petrece în lipsa presiunii grupului.

Una din consecințele însemnate ale procesului de normalizare o constituie faptul că având posibilitatea să participe activ la elaborarea normei comune, membrii grupului vor susține ulterior cu tărie norma și se vor arăta rezistenți în fața schimbării. O a doua consecință se referă la întărirea coeziunii grupului (Levens, 1979). Participând la o negociere în care ceilalți au făcut tot atâtea concesii ca și el, și constatând similaritatea dintre propria opinie și cea a grupului, subiectul va fi într-o măsură mai mare atras de grup.

În privința mecanismelor ce subîntind acest proces, Sherif însuși n-a oferit prea multe explicații. În opinia lui, factorul fundamental îl constituie lipsa criteriului obiectiv pentru determinarea excitației judecăților. Mecanismul psihologic ce intervine în situațiile individuale, ca și în situațiile de grup este căștigarea certitudinii prin fixarea unor repere.

O explicație mai ambicioasă găsim la Floyd Allport (1924), care în cercetările asupra efectului publicului constatac și el o moderare a judecăților. În prezența altora subiecții săi apreciau mirosuri respingătoare ca mai puțin respingătoare și mirosuri deosebit de plăcute ca mai puțin plăcute. Implicînc conceptul de concesii reciproce, ce va face carieră în sfera influenței sociale (vezi studiul lui Cialdini et al., 1975), el arăta că indivizii converg spre o valoare centrală ca să evite dezacordul cu ceilalți: o judecată moderată are mai multe șanse de a întruni adeziunea celorlalți. Deși efectul de convergență descris de Sherif nu presupune neapărat adoptarea valorii centrale ca normă, explicația lui Allport merită reținută. Ea a inspirat o alta, a lui Moscovici și Ricateau (1972), autori ce susțin că principala trăsătură a procesului de normalizare este evitarea conflictului. În emiterca judecăților cu privire la traiectiona punctului luminos, subiecții ar fi puțin implicați și de aceea, gata la o serie de concesii ce le-ar putea aduce consensul cu ceilalți.

Orice explicație ar primi, normalizarea constituie o modalitate specifică de influență, reglată de un mecanism specific. Confuzia cu ceea ce numim în mod curent conformism a prilejuit-o Sherif însuși, care a realizat, păstrînd aproximativ același montaj experimental, studii care duc mai curînd cu gîndul la

conformism. De pildă, a cerut unui complice, dotat cu prestigiu să mențină o normă extremă în fața unui subiect naiv (Sherif, 1953, studiul inclus în volumul de față). Un studiu de conformism în cadrul paradigmei efectului autocinetic au realizat Jacobs și Campbell (1961). Ei confruntă subiectul naiv, care în ședințele individuale își construiește o normă de 3-4 cm., cu un grup de trei complici ai experimentatorului susținând în mod consecvent o normă de 15-16 cm. Cum era de așteptat, subiectul cedează în fața presiunii majoritare, declarând că și în opinia lui mișcarea măsoară 15-16 cm. Fapt foarte interesant, el va aplica această normă și în estimările pe care le va face ulterior, în ședința individuală.

După cum se știe, lucrul acesta nu se întâmplă în situația Asch, ceea ce ne îngăduie să tragem concluzia că ambiguitatea situației și incertitudinea subiectului constituie condiția cardinală a obținerii acceptării private. Într-o cercetare bazată pe o ipoteză similară, Spertling (1946; citat de Sherif & Sherif, 1956) a dezvăluit subiecților că efectul auto-cinetic este în întregime subiectiv, iar mișcarea punctului luminos este o iluzie. Desigur, procentajul subiecților ce se lasă influențați scade, dar nu știm dacă și cel al subiecților care, lăsându-se influențați, au interiorizat norma.

Sherif considerase evident faptul că indivizii cu statut înalt exercită mai multă influență și deci norma lor se găsește mai aproape de norma comună decât a oricărui alt membru al grupului, dar subliniase că și acești indivizi sunt influențați de ceilalți. Sampson (1968) a reluat ideea diferențelor de statut în efectul de convergență și, utilizând tot un dispozitiv autocinetic, a încercat să testeze ipoteza potrivit căreia membrul cu statut înalt impune norma. El a constatat însă că în perechile cu diferență de statut are loc o persistență a normelor individuale. E adevărat că membrii frecării perechi (autorul și-a realizat cercetarea într-o mânăstire, încât diadele erau compuse dintr-un călugăr și un novice), în afara statutului, se deosebeau și din punct ideologic, fapt ce ar putea explica lipsa convergenței.

Un efect interesant a evidențiat un studiu al lui Lemaine, Lasch și Ricateau (1971-1972), care a intenționat să trateze tocmai rolul divergenței ideologice în normalizare. În cadrul aceluiași model experimental ce face apel la efectul autocinetic, subiectul se confruntă fie cu un complice despre care deține informații că-i împărtășește opțiunile ideologice, fie cu unul având o orientare opusă. Subiectul se apropie de sistemul de răspunsuri al unui complice cu aceeași opțiune mai mult decât de răspunsurile unui complice neutru. În cazul complicei cu opinii complet diferite, subiectul, spre a se demarca, mărește

diferența dintre judecățile lui și cele ale partenerului. În final se obține o divergență mai mare decât cea inițială. Fenomenul acesta de disimulare ce presupune un conflict identitar, va fi reluat în cercetările de influență minoritară.

După cum se poate constata, deși au existat și studii ce s-au concentrat asupra normei însăși - de exemplu, Mc.Neil și Sherif (1976) au demonstrat că o normă non-arbitrară guvernează mai multă vreme comportamentele indivizilor din grup - cercetarea a avut tendința, în spiritul ideilor moderne din știința psihosocială, de a se ocupa mai curând de caracteristicile sociale ale sursei. La fel ca în domeniul persuasiunii, se consideră că trăsăturile sursei de influență, mai ales cele ce jin de apartenența categorială, sunt cel puțin la fel de importante ca și răspunsul ei.

Conformismul

Experimentul lui Asch asupra conformismului este probabil cel mai cunoscut experiment din psihologia socială. Alegerea sarcinii, ingeniozitatea montajului experimental, eficiența măsurătorilor, limpezimea concluziilor - toate fac din el o cercetare absolut clasică. Trebuie menționat însă că începuturile au fost șovăielnice : ipotezele de start ale lui Asch anticipau refuzul subiecților de a se supune presiunii de grup. Punând, în ceea ce privește paradigma Sherif, totul pe seama ambiguității stimulului, psihosociologul american considerase că o situație bine structurată, înfățișând un stimul absolut neândoieinic, îl va ajuta să demonstreze capacitatea indivizilor de a rezista unei norme aberante. Rezultatele au infirmat - din fericitare ? - această predicție experimentală, făcând din efectul Asch un bun exemplu a ceea ce Merton a numit "serendipitate". Dar chiar și așa el a năruit construcția teoretică a lui Festinger (1950), care afirmase că opiniile indivizilor cu privire la realitatea fizică pot fi numai cu greu influențate, și a rămas cea mai limpede demonstrație a tendinței indivizilor de a-și pune opiniile în acord cu majoritatea.

Asch s-a dovedit extrem de sensibil la sugestiile lui Sherif. El a lucrat tot cu judecăți percepive și a folosit subiecți complici, cum făcuse și predecesorul său. Stimulul se prezintă sub forma a trei linii verticale, din care una este egală ca lungime cu o linie etalon. Subiectul este introdus într-un grup de complici și i se cere ca, atunci când îi vine rândul, să aprecieze care din cele trei linii corespunde ca mărime segmentului etalon. În total au loc 18 încercări, iar

complicii furnizează aprecieri eronate începând cu cea de-a șasea. Deși sarcina este cât se poate de simplă și de clară (în grupul de control se observă 0,68 % de răspunsuri greșite), grupul izbuteste să deformeze judecățile indivizilor - 32 % din răspunsurile acestora se dovedesc eronate. În medie, cei din grupul de control (în care indivizii emiteau judecăți fără a fi supuși influenței grupului) au comis 0,08 greșeli, față de 3,84 greșeli ale celor din grupul experimental (Asch, 1951, articolul tradus în prezentul volum).

Din chestionarele post-experimentale a rezultat că dezacordul cu ceilalți, în ciuda evidenței perceptive, a provocat incertitudinea și nesiguranța subiecților. Unul din motivele pentru care subiecții emiteau cu voce tare aceeași judecată eronată ca și ceilalți l-a constituit evitarea dezaprobării sociale. În aceste condiții, Deutsch și Gerard (1955) au avansat ipoteza că anonimul subiectului și faptul de a nu se afla în nici un fel sub supravegherea grupului va conduce la dispariția totală a presiunii spre conformism și, deci, a conformismului. Deși s-a obținut o scădere semnificativă a nivelului influenței, a reieșit că 23% din subiecți au continuat să dea răspunsuri eronate chiar și în condiții de anonim. Cruickshank (1955) a rafinat tehnica experimentală, și a contribuit la exploatarea factorilor ce modelează conformismul. Dintre aceștia cercetările ulterioare au avut în vedere mai cu seamă caracteristicile individuale și cele ale situației.

În privința impactului parametrilor individuali, s-a demonstrat, de pildă, că indivizii se conformează mai mult când nu se simt deplin acceptați de grup (Dittes & Kelley, 1956), când sunt atrași de grup (Berkowitz, 1957), când au un statut mai puțin important decât alți membri ai grupului (Lefkowitz, Blake & Mouton, 1955), când se consideră incompetenți în sarcină (Geller, Endler & Wicsenthal, 1973), etc.

Discuții aprinse a prilejuit relația dintre sexul subiecților și măsura conformismului. Tradiția sociologică, precum și studiile clasice în domeniul influenței sociale (Gerard, Wilhelmly & Conoley, 1968) au pledat în favoarea ideii că bărbații ar fi mai puțin conformiști decât femeile. Sistrunk și McDavid (1971) s-au situat printre primii care au nuanțat această idee, arătând că efectul sexului depinde în bună măsură de tipul de itemi utilizați în experiment. Femeile se dovedesc mai conformiste numai în sarcinile în care bărbații sunt considerați experți. În plus, gradul de conformism al subiecților, bărbați sau femei, este marcat de sexul experimentatorului (Eagly & Carly, 1981; Vaughan & Hogg, 1995). Concluziile lui Eagly, Wood și Fishbough (1981) arată că atitudinea conformistă a bărbaților se accentuează în cazul în care nu sunt supravegheați de

experimentator, ei arătându-se mai preocupați decât femeile să lase o impresie de independență.

Una din pertinentele observații ale lui Asch, referitoare la faptul că subiecții receptivi la influență în primele încercări rămân, în genere, conformiști pe parcursul desfășurării ședinței, a dat naștere unei întregi linii de cercetări. Angajarea subiectului față de poziția pe care a adoptat-o (Kiesler, 1971) îl face să manifeste consistență în răspunsuri. Firește, și teoria disonanței cognitive (Festinger, 1957), ca și cea a auto-percepției (Bem, 1972) pot da seama de decizia subiectului de a menține același răspuns.

Multe studii au dovedit rolul matricei culturale în modelarea conformismului. O cercetare a lui Milgram (1961) a demonstrat, de exemplu, că norvegienii se conformează într-o măsură mai mare decât francezii. Smith și Bond (1993), într-o sinteză de psihologie socială interculturală, au consemnat la rândul lor impactul normelor culturale asupra nivelului conformismului. Ei au remarcat că, în general, subiecții aparținând culturilor individualiste din America de Nord și Europa apuseană se dovedesc mai independenți în raport cu normele de grup față de subiecții provenind din culturi axate pe valoarea colectivităii - Africa, Asia, America de Sud.

Una din primele preocupări ale lui Asch (1951) a fost aceea de a verifica efectul mărimii grupului asupra cuantumului influenței. Astfel, el a variat talia grupului, făcând ca subiectul naiv să se confrunte cu 1, 2, 3, 4, 8 sau 15 complici. Rezultatele lui, ca și rezultatele celor mai multe din studiile ulterioare, arată că răspunsurile eronate ale subiecților se înmulțesc de la 1 la 4 membri ai grupului ce exercită influență, pentru ca apoi să rămână constante. În paradigma Asch o majoritate de 4 exercită aproximativ aceeași influență ca și una de 15. Aceeași concluzie se desprinde și din modelele integraliste recente ale influenței sociale (Latane & Wolf, 1981; Tanford & Penrod, 1984; Mullen, 1983). De exemplu, teoria impactului social elaborată de Latane și Wolf descrie influența socială ca un rezultat al forței de constrângere, al apropierii în spațiu și timp și al numărului surselor de influență. Ea face predicția că influența crește, până la un punct, odată cu numărul surselor. Dincolo de acest punct sporirea numărului agenților de influență rămâne fără efect.

Wilder (1977, textul prezent în acest volum) a oferit o explicație interesantă referitoare la relația dintre numărul membrilor majorității și impactul lor. Ipoteza lui se axează pe conceptul de independență a surselor. Din acest punct de vedere, indivizii ce compun un grup obțin mai multă influență dacă sunt

percepții ca surse diferite decât dacă ținta îi privește ca membri ai aceluiași grup, menținând unanimitate și opinie. Din teoria aceasta Wilder (1990) a derivat o valoroasă ipoteză cu privire la influența mai mare exercitată de in-group în raport cu out-group-ul. El a invocat efectul de omogenitate al out-group-ului (Judd & Park, 1988), după care membrii celui-lalt grup sunt percepuți ca asemănători între ei iar cei ai grupului de apartenență ca diferiți; ca atare, un out-group cu același număr de membri ca și in-group-ul va fi perceput ca incluzând mai puține surse de influență și va avea un impact redus.

În fine, mai amintim aici un studiu al lui Campbell și Fairey (1989), ce demonstrează dependența efectului mărimii grupului de tipul de sarcină. În sarcinile în care există un singur răspuns corect iar ținta se așteaptă la un consens deplin (de exemplu, sarcina folosită de Asch), efectul mărimii grupului corespunde descrierii lui Asch. Dar în sarcinile în care nimeni nu se așteaptă la un răspuns unic, cum ar fi judecățile de gust, influența grupului crește direct proporțional cu numărul membrilor care-l compun.

Unanimitatea grupului reprezintă o condiție esențială a succesului demersului ei. Asch însuși a determinat o scădere absolut semnificativă a cuantumului influenței (de la 33 % la 5,5 %) prin introducerea unui complice instruit să dea de fiecare dată răspunsul corect. "Suportul social", cum s-a numit complicele ce "sparge" consensul majoritar, se dovedește eficient chiar și atunci când răspunsurile sale, deși diferite, sunt la fel de eronate ca și cele ale grupului. Asch a pus efectul pe seama dispariției fricii de costurile sociale ale devianței. Această linie de cercetare a fost continuată în special de Vernon Allen (vezi Allen, 1975). S-a constatat, de pildă, că este de ajuns ca un membru al majorității sau că sunt suficienți în sarcina de tip Asch fie și răspunsurile unui complice total incompetent - purtând ochelari cu multe dioptrii (Allen & Levine, 1971). Aceste date au permis concluzia că devianța în sine conduce la slăbirea presiunii normative și deci a conformismului. Moscoviți (1979) a construit o explicație alternativă pentru reducerea impactului în situații de suport social. Potrivit autorului francez, un grup ai cărui membri nu susțin unanimitate aceeași opinie reprezintă o sursă de influență lipsită de consistență. Ca atare, un astfel de grup este incapabil să determine un conflict în forul interior al țintei. O altă explicație a efectului de suport social se poate extrage dintr-un studiu al lui Nemeth și Chiles (1988). Ipotezele acestora, confirmate prin intermediul unui experiment realizat înăuntrul paradigmei influenței minoritare, se referă la faptul că

expunerea la opiniile minoritare stimulează non-conformismul și amplifică aderența la propriile puncte de vedere. Răspunsul minoritar "relevant" voința de a rezista presiunii majorității și oferă indicii despre consecințele non-conformismului" (p.279). Astfel, ținta devine mai curajoasă și își proclamă în mod public dezacordul.

Bazele influenței majoritare

Sherif (1935) a arătat cum într-o situație ambiguă, bizuindu-se unii pe alții ca surse de informație validă cu privire la structura stimulului, indivizii construiesc o normă socială. Temelia acestei reguli de comportament adevătată în situația respectivă o constituie tocmai informațiile pe care indivizii și le oferă unii altora. Festinger (1950, studiul tradus în acest volum) va integra ideea fundării informaționale a normelor în concepția sa despre procesele de comunicare informală și despre compararea socială. Indivizii au nevoie de informații furnizate de ceilalți pentru a-și făuri și stabiliza opiniile și atitudinile despre realitatea socială. Procesul de comparare socială, care seamănă cu efectul de convergență al autorului "Psihologiei normelor sociale", trădează tendința de ajustare a credințelor și opiniilor și de aducere a lor cât mai aproape de cele dominante în grup (Festinger, 1954). Prin urmare, conformismul se bazează pe incertitudinea individului cu privire la realitatea socială și pe dorința lui de consens. În sarcinile obiective, referitoare la realitatea fizică, individul dispune de mijloace directe de a stabili adevărul opiniilor sale, nelăsându-se influențat.

Într-un articol rămas clasic, din 1955, prezent și în volumul de față, M. Deutsch și H. Gerard, bazându-se pe concluziile lui Asch, au arătat că dependența individului de grup nu este numai informațională, dar și normativă. Distincția se fundamentează pe observația că membrii unui grup își transmit expectanțe cu privire la comportamentul adecvat, dar și argumente și dovezi referitoare la natura stimulului.

Influența normativă se bazează pe resimțirea de către subiect a presiunii spre conformism exercitată de grup prin intermediul așteptărilor pozitive ale celorlalți membri. În general, grupul pedepsește non-conformismul prin excludere, care poate fi definitivă sau temporară, totală sau parțială. Schachter (1951) a evidențiat într-un studiu experimental tendința grupului de a ostraciza devianții. La apariția poziției neconcordante cu norma comună, membrii

"ortodocși" ai grupului fac o serie de încercări de a reînregistra punctul de vedere deviant. Dacă deviantul manifestă consistență, ceilalți renunță să-l mai recupereze și-l consideră ca nemaifăcând parte din grup. În grupurile coezive indivizii manifestă dorința de a păstra calitatea de membru și evită să se identifice cu devianții. Astfel, influența normativă derivă din dorința individului de a fi acceptat de grup și din nevoia lui de aprobare socială.

Așa cum a arătat Festinger (1950), îndată ce apelăm la alții pentru a obține informație validă cu privire la realitatea socială, ei dobândesc puterea de a decide - într-o măsură mai mare sau mai mică - asupra acțiunilor noastre. Influența informațională se naște din incertitudinea subiecților cu privire la răspunsul corect, și din nevoia lor de a avea opinii exacte, în concordanță cu adevărul obiectiv. O sursă capabilă să exercite influență informațională este o sursă expertă sau care deține informații ce-i lipsesc jintei. Puterea ei rezidă în argumentele pe care le invocă și în dovezile pe care le poate prezenta în mod explicit sau implicit - căci adesea folosirea celui alt ca sursă de informații se produce prin simpla observare a comportamentelor lui. Deși influența normativă a constituit, fără îndoială, principala cauză a conformismului în situația Asch, cele două tipuri de presiune a grupului se exercită, în cele mai multe situații, simultan (Insko et al., 1983).

Se cuvine să observăm că distincții asemănătoare au fost operate și de alți cercetători: H. H. Kelley (1952), care a teoretizat o funcție normativă și una comparativă a grupurilor de referință; Thibaut și Strickland (1956) au utilizat conceptele de orientare spre grup și orientare spre sarcină; în fine, Kiesler și Kiesler (1969) au făcut deosebirea între "nevoia de a fi simpatizat" și "nevoia de a fi corect". Teoria actuală a conformismului păstrează însă conceptele și definițiile propuse de Deutsch și Gerard. O ilustrare modernă a dihotomiei normativ-informațională o constituie teoria acțiunii raționale elaborată de Fischbein și Ajzen (1975), în care atitudinea față de propriul comportament trebuie văzută ca o componentă informațională, în vreme ce norma subiectivă reprezintă un determinant normativ al acțiunii.

Spre deosebire de Festinger, pentru care principiul ce dă seama de dinamica de influență socială este căutarea consensului, și de Deutsch și Gerard, pentru care același principiu constă în dependența normativă și informațională, Moscovic (1979) așează la baza oricărei influențe conflictul. În funcție de conflictul pe care îl generează, sursa izbutește, mai mult sau mai puțin, să facă să se ciatine sistemul de judecăți al jintei; natura și intensitatea divergenței hotărăște

asupra profunzimii influenței. Acceptarea normei de grup de către individ reflectă supunerea publică, o schimbare superficială a atitudinii. Conformismul nu este decât o formă de negociere între individ și grup, negociere ce survine în urma unui conflict cu privire la definirea realității (Moscovici, 1980). Acceptarea normei de grup reprezintă numai una din posibilitățile de rezolvare a divergenței, și se produce când sunt întrunite 3 condiții: (a) există un singur răspuns corect; (b) grupul dispune de o normă bine definită, pe care vrea să o impună; (c) individul nu are o poziție clară, o normă personală pe care să dorească să o afirme în ciuda presiunii grupului. În felul acesta atitudinea conformistă reduce conflictul cu prețul abandonării tendințelor deviante.

Teoria elaborării conflictului, aparținând lui Pérez și Mugny (1993; 1996) constituie o tentativă de integrare a concluziilor cercetărilor vechi ori recente în domeniul influenței sociale din unghiul aceluiași principiu explicativ. Postulatul ei fundamental este că diferitelor modalități de elaborare a conflictului de persoana jiniă le corespund niveluri diferite de influență. Elaborarea conflictului se produce în funcție de tipul de sarcină și de tipul de sursă. Teoria distinge 4 tipuri de sarcini: (1) sarcinile obiective non-ambigue (sarcini simple în care răspunsul este evident iar subiectul se așteaptă la un consens total); (2) sarcinile de aptitudini (există un răspuns corect, dar el nu este cunoscut de subiect; capacitatea de a-l identifica dă nivelul aptitudinii subiectului); (3) sarcinile de opinie (subiectul se așteaptă la o pluralitate de poziții); (4) sarcinile non-implicante din punct de vedere social (așteptarea consensului nu este pertinentă; în astfel de sarcini conflictul nu reprezintă mecanismul schimbării). Pentru stabilirea unor diferențe între surse se utilizează 3 criterii: numărul (majoritate sau minoritate), competența (expert sau non-expert) și apartenența categorială (sursă in-group sau out-group). Rezultatul final este o clasificare minuțioasă a modalităților specifice de elaborare a conflictului, fiecare depinzând de sursa și de sarcina din situația de influență. De exemplu, în paradigma Asch avem de-a face cu o sursă majoritară și cu o sarcină obiectivă non-ambiguă, ce conduc, prin declanșarea unui conflict relațional, la restaurarea manifestă a consensului corespunzând conformismului public.

Conformismul public și acceptarea privată

În experimentele lui Sherif am remarcat faptul că în ședințele individuale ulterioare elaborării normei de grup, indivizii se folosesc de aceeași influență profundă și durabilă. Pe de altă parte, subiecții din experimentul lui Asch puși, după ce se conformaseră normei stabilite de grupul de complici, să emită același gen de judecăți perceptivă sunt departe de a perpetua norma. Într-un caz avem de-a face cu o schimbare de atitudine în plan privat, în celălalt cu una în plan manifest. Această distincție are o însemnătate uriașă căci nivelul și durata influenței reprezintă de fapt indicii fundamentali ai acesteia. În plus, din punctul de vedere al aplicațiilor, un răspuns preluat de către subiect în mod profund și durabil, integrat în sistemul său de valori și reiterat de el însuși în fiecare situație adecvată, în lipsa constrângerii sursei de influență, reprezintă un succes mai mare decât unul însușit formal, fără convingere și lepădat îndată ce presiunea sursei slăbește.

Kelman (1958, studiul tradus în acest volum) a teoretizat distincția aceasta capitală pentru influența socială, făcându-se ecoul unor aprinse dezbateri din epocă. Potrivit concepției sale, diversitatea dinamicilor de influență socială poate fi înțeleasă prin intermediul a trei procese psihologice distincte: complezența, identificarea și interiorizarea. Complezența se produce în cazul în care preluarea răspunsului se bazează pe mijloacele de control pe care sursa le are asupra țintei, deci pe recompense și pedepsele pe care ea este capabilă să le aplice. Identificarea reprezintă un gen de influență prezentă în contextele în care agentul de influență este atractiv, simpatic sau există o relație satisfăcătoare între el și țintă. Interiorizarea se fondează pe credibilitatea sursei și pe convergența dintre răspunsul ei și sistemul de valori al persoanei țintă. Desigur, cele trei procese corespund unor nivele diferite de influență, un nivel superficial în cazul complezenței și unul profund în cazul interiorizării. Kelman a izbutit să demonstreze că influența depinde de atât de răspunsul țintei, cât și de caracteristicile ei sociale.

Este ușor de remarcat că interiorizarea prezintă multe similități cu influența informațională postulată de Deutsch și Gerard, iar complezența poate fi apropiată de influența normativă. Într-adevăr, teoriile influenței sociale au avut tendința de a înfățișa acceptarea privată a judecăților sursei ca o consecință a influenței informaționale (efectul de convergență are la bază acest tip de

influență), iar conformismul public ca un rezultat al presiunii normative exercitate de o sursă dispunând de putere.

În măsura în care influența are rădăcini normative, presiunea grupului se soldează cu acordul declarat public al țintei, dar neînsoțit de o acceptare privată. Acest tip de impact se obține ori de câte ori sursa are mai multă putere decât ținta. În situațiile în care mecanismul subiacent preluării răspunsului sursei are o natură informațională, conformismul public este însoțit de acceptare privată - subiectul crede realmente în validitatea judecăților sursei și le adoptă ca și cum ar fi propriile judecăți. Astfel, intervenția unei surse poate duce la patru tipuri de reacții din partea țintei: (a) interiorizarea - schimbarea se produce atât în plan public, cât și în plan privat; (b) complezența - schimbarea apare în plan manifest, fără un corespondent în plan privat; (c) conversiunea - absența schimbării în planul public, dar prezența ei privată și (d) schimbarea nu e de găsit nici în plan public, nici în plan privat (Pérez & Mugny, 1988; Nail, 1986).

Distincția dintre conformismul public și acceptarea privată caracterizează cercetările de influență socială, întâlnindu-se mai puțin în cadrul celor ce tratează schimbarea de atitudine. Ea devine esențială în influența minoritară, căci de cele mai multe ori minoritatea nu poate induce decât o schimbare situată dincolo de planul manifest.

Influența informațională referențială

Cecetările asupra comportamentului intergrup și asupra formării psihologice a grupului, întreprinse de psihologii sociali europeni de limbă engleză, au condus, printre altele, la fundamentarea unei concepții originale asupra influenței sociale. Influența informațională referențială, conceptul propus de acești psihologi (Turner, 1981), nu reprezintă un tip de influență aparte, în rând cu facilitarea socială, normalizarea, conformismul, obediența, etc, ci o manieră specifică de a explica influența exercitată de grupul social asupra membrilor săi. Mecanismele desemnate prin acest termen subîntind atât conformismul, cât și normalizarea, polarizarea de grup și comportamentul colectiv (Turner et al., 1987; Abrams et al., 1991, articolul inclus în acest volum). Influența informațională referențială trebuie văzută ca o alternativă la explicațiile furnizate de Deutsch și Gerard (influența informațională și influența normativă), de Kelman (complezență, identificare și interiorizare) sau French și

Raven (taxonomia tipurilor de putere). Principala critică adresată de Turner și de colaboratorii săi acestor concepții, cu deosebire celei dintâi, se referă la neglijarea rolului apartenenței la grup. Modelul dublului proces al lui Deutsch și Gerard înălțășează, de fapt, o dependență interpersonală, ce se poate dezvolta și între indivizi ce nu sunt neapărat membri ai unui grup. Dimpotrivă, dependența pe care o presupune conformismul apare între indivizi pentru care faptul de face parte din grup reprezintă o caracteristică esențială.

Schimbarea de perspectivă a fost propusă de teoria identității sociale (Tajfel & Turner, 1979) și de teoria auto-categorizării sociale (Turner et al., 1987), ambele pornind de la ideea că procesul de categorizare socială constituie fundamentul cognitiv al comportamentului social.

Conform teoriei identității sociale, simpla categorizare determină înălțurarea in-group-ului și discriminarea out-group-ului (Tajfel și Wilkens, 1963; Brewer, 1979). La originea acestui comportament intergrup se află motivația de a dobândi și menține o identitate pozitivă. Identitatea socială, așa cum a fost concepută de Tajfel (1972) se referă la conștiința pe care o are un individ despre apartenența lui la anumite grupuri sociale și la valoarea pe care el o atașează acestei apartenențe. Individul își definește identitatea socială prin atribuirea de caracteristici pozitive grupului de apartenență. Grupul capătă conotații pozitive și poate conferi o identitate socială satisfăcătoare numai dacă iese învingător în "competiția socială simbolică", fiind favorizat în comparațiile intergrupuri. Astfel, individul poate să discrimineze membrii celui alt grup nu pentru că ar exista un conflict real, ci ca să întărească distinctivitatea pozitivă a grupului său.

Identificarea cu propriul grup duce la acceptarea normelor acestuia și deci la conformism, printr-un proces de influență informațională referențială. Hogg și Turner au dislins trei etape ale acestui proces:

- (1) indivizii se definesc ca membri ai unei categorii sociale, constituindu-și astfel o identitate socială pozitivă;
- (2) ei sesizează normele fiecărei categorii sociale, și mai ales pe cele caracteristice sursei;
- (3) ei adoptă normele unei categorii, făcând ca atitudinile și comportamentele lor să devină conforme acestora.

După cum se observă, a împărții aceeași identitate cu sursa de influență facilitează influența acesteia, iar apartenențele categoriale diferite o inhibă.

Teoria identității sociale s-a preocupat mai mult de condițiile discriminării intergrup, avansând explicații bazate pe mecanisme comportamentale. Teoria auto-categorizării, reprezentând o dezvoltare a teoriei identității sociale și implică a concepției despre influența informațională referențială, comportă accente cognitive. Interesul cercetătorilor se focalizează pe procesul prin care indivizii ajung să se conceapă în termenii unei categorii sociale, iar felul demersului științific constă mai curând în a pune în evidență resorturile comportamentului de grup. Teoria auto-categorizării descrie doi versanți ai concepției de sine, eul individual și eul social. Ultimul se constituie prin auto-categorizarea individului ca membru al unui grup social. Turner (1987) a postulat trei nivele la care individul își poate delini identitatea. La nivelul supraordonat el se percepe ca aparținând speciei umane, iar la nivel subordonat axa pe care se constituie identitatea este cea a diferențelor între sine și ceilalți membri ai categorii de apartenență. Nivelul intermediar reprezintă suportul comportamentului social: la acest nivel diferența pertinentă devine aceea dintre propriul grup și out-group.

Conceptul de sine social funcționează în dependență de context, încât auto-categorizări diferite sunt activate la momente diferite de stimulii sociali. Activarea unei categorii implică dezactivarea alteia. Constituirea unei identități sociale contextuale se realizează pe baza principiului meta-contrastului: saliența unei categorii depinde de propietatea ei de a minimiza diferențele intracategoriale și a le amplifica simultan pe cele intercategoriale (Hogg & McGarty, 1990). Categorizarea eului și a celorlalți conduce la formarea stereotipurilor și la la stabilirea membrului-prototip al grupului. În concepția lui Turner (1987), la nivelul intermediar al categorizării individul se depersonalizează din punct de vedere perceptual și comportamental în termenii prototipului caracteristic al in-group-ului. Departe de însemna o pierdere a identității, depersonalizarea se referă la schimbarea de identitate socială în contexte sociale și reprezintă procesul subiacent tuturor fenomenelor de grup (Hogg, 1992).

Teoria acesta cu alură cognitivă susține și ea inconsistența distincției influență normativă - influență informațională, pledând pentru existența unui proces de influență unic. La baza influenței exercitate de grup, informațională și referențială totodată, se află categorizarea, ce îngăduie percepția similitudinilor între sursă și țintă. Concepția despre influența informațională referențială susține că doar in-group-urile exercită influență, și aceasta prin identificarea membrilor la aceeași categorie socială. Indivizii se așteaptă să fie de acord cu cei pe care îi

consideră ca aparținând propriului grup. Dezacordul cu membrii in-group-ului duce la incertitudine și creează condițiile pentru exercitarea influenței. Reducerea incertitudinii corespunde privesului de influență din grup. Studiile experimentale (de exemplu, Hogg & Turner, 1987) au demonstrat că răspunsurile subiecților sunt structurate de norme de grup, sursele in-group având un impact semnificativ mai mare decât cele out-group. Dezacordul cu membrii out-group-ului este așteptat, căci diferența de opinii constituie unul din criteriile categorizării.

Spre deosebire de concepția lui Deutsch și Gerard, teoria influenței informaționale referențiale susține că indivizii se conformează pentru că își atribuie calitatea de membru al grupului psihologic, și nu ca să evite dezaprobarea celorlalți sau să obțină informație validă despre realitatea fizică și socială. Originea presiunii psihologice nu sunt ceilalți, ci norma ca atare. Membrii grupului reprezintă o sursă de informație cu privire la normă (Turner, 1981).

Din pricină că refuză distincția normativ - informațional, argumentând pentru sincretism, această abordare consideră inutilă și dihotomia conformism public - acceptare privată. Auto-categorizarea ca membru al grupului psihologic și adoptarea normelor acestuia implică o schimbare profundă a atitudinii. Dat fiind că formarea psihologică a grupului este "o dinamică în capul individului, aderarea la normă se poate produce și în lipsa presiunii celorlalți, chiar fără contact interpersonal. Ca atare, conformismul nu apare numai când comportamentul subiectului se află sub supravegherea sursei, ci atâta timp cât el se percepe ca membru al grupului, aceasta asigurând o influență de durată.

Obediența

Obediența reprezintă un gen de influență socială diferit, prin mecanismele subiacente, în raport cu facilitarea socială, normalizarea sau conformismul. Situațiile de obediență sunt situații în care schimbarea în comportamentul țintei survine ca urmare a unui ordin venit din partea unei surse înzestrate cu autoritate legitimă. Ca atare, diferența de statut dintre cele două entități devine un factor ce afectează în mod decisiv cuantumul de influență obținut. Majorității cantitative din situațiile de conformism îi ia locul o majoritate calitativă (Levine & Pavelchak, 1984). În relația de obediență dorința sursei de a influența comportamentul țintei este evidentă, resimțită ca atare de aceasta din

urmă. Mai mult, personajul autoritar supraveghează de obicei independența și ordinului, reînnoindu-l atunci când persoana jintă dă semne de independență și făcând astfel ca situația să pară și mai constrângătoare. În fine, în comparație cu situațiile de conformism, în care membrii grupului și individul influențat au același comportament, în obediență nu regăsim această similaritate; autoritatea pretinde ca individul să desfășoare un comportament pe care ea însăși nu-l face, cel puțin nu sub privirile acestuia.

Cercetările lui Stanley Milgram, ce au avut un ecou cu totul neobișnuit în lumea științifică, nu sunt nici pe departe singurele ce s-au interesat de obediență. Hofling, Brozman, Dalrymple, Graves și Pierce (1966) au realizat ceea ce R. Cialdini a numit "unul din cele mai înspăimântătoare experimente". Ei au demonstrat obediența extremă în fața uneia din figurile autoritare recunoscute ale epocii noastre: medicul. Un medic necunoscut cerea prin telefon surorilor dintr-un spital să administreze bolnavilor, în doză dublă, un medicament puțin utilizat. Din 22 de asistente medicale solicitate astfel, 21 au dat ascultare ordinului. Sursa de influență la care a apelat Milgram, psihologul experimentator apare într-o cercetare a lui Orne și Evans (1965), dând ordin subiecților să scoată o monedă dintr-un borcan cu acid sau să arunce aceeași substanță pe alte persoane. Mai recent, Meeus și Raaijmakers (1986) au realizat o incitantă cercetare asupra obedienței administrative. Subiecților, puși să joace rolul unui manager ce face selecție de personal, li se cere să-i testeze pe candidați din punctul de vedere al rezistenței la stress. Ca urmare a ordinelor experimentatorului, 92% dintre ei îi descurajează nemilos pe candidați, sfârșind prin a-i descalifica. Cum se poate constata, toate cercetările au relevat impactul neobișnuit de puternic al poruncilor autorității. Dacă majoritatea manualelor își axează expunerile despre obediență pe studiile lui Milgram, faptul se datorează în primul rând caracterului sistematic al investigațiilor psihologului social american.

Milgram și-a făcut ucenicia pe lângă Asch. De timpuriu, însă, și-a criticat magistrul, opinând că tipul de sarcină imaginată de acesta pentru studiu conformismului nu are consecințe pentru conduita cotidiană a subiectului. De aceea, el a preferat, în locul judecăților perceptive, un comportament motor - administrarea de șocuri electrice unui partener.

Nu vom mai expune aici ipotezele și designul experimental al lui Milgram, asupra lor s-a făcut o minuțioasă dare de seamă în studiul din 1963, reprodus în volumul acesta. Ne vom mulțumi să discutăm sumar rezultatele, și să oferim sugestii pentru o interpretare teoretică a obedienței.

După obținerea primelor date, autorul a explorat într-o serie de 18 experimente factorii susceptibili să contribuie la diminuarea obedienței. O primă categorie de factori căreia i-a acordat atenție sunt cei legați de percepția autorității. Astfel, a reieșit importanța prezenței fizice a autorității pe timpul îndeplinirii ordinului de către subiect. Ordinul transmis prin telefon se dovedește mult mai puțin eficient decât cel comunicat prin viu grai, în condițiile supraviețuirii nemijlocite (obediința scade la 20,5 %; amintim că în condițiile "standard" ale experimentului procentajul obținut de Milgram însuși ca și de majoritatea celor ce-au reluat experimentul a fost de 65 %). O scădere a influenței, deși nu atât de semnificativă, se observă și cu prilejul schimbării cadrului în care evoluează figura autoritară a experimentului : dacă în loc de a se desfășura în incinta Universității Yale, experimentul se organizează într-un mic birou dintr-un orașel de provincie, se constată o cifră a obedienței de 48 %.

Milgram a demonstrat că ordinele contradictorii ale autorității stimulează independența subiectului - o autoritate reprezentată de doi experimenteratori, dintre care unul susține că experimentul trebuie oprit la 150 de volți, iar celălalt îi poruncește subiectului să continue, nu induce ascultare : din 20 de subiecți testați în această condiție, 18 abandonează în chiar momentul în care discursul autorității devine contradictoriu.

O persoană imorală dar având toate însemnele autorității este capabilă să inducă ascultarea : subiecții se supun, chiar dacă mai puțin (40 %), și unui experimenterator ce încalcă promisiunea făcută "victimii" de a oprit experimentul în momentul în care ea va solicita acest lucru.

În fine, în condiția experimentală în care experimenteratorul însuși, din pricină că "elevul" a renunțat brusc să mai participe, se așază pe locul acestuia, subiecții abandonează foarte repede, neîndrăznind să agreseze autoritatea științifică.

Unul din factorii decisivi în situația Milgram îl constituie relația dintre victimă și călău. Autorul a variat, în mai multe studii (1974), apropierea de victimă, constatând că pe măsură ce distanța fizică scade iar relația devine tot mai directă, refuzul de a da curs cererilor imperioase ale autorității se produce tot mai frecvent. Agresiunea are loc când victima este impersonală.

Milgram a respins de fiecare dată explicațiile psihologizante ale obedienței, care susțineau că ascultarea subiecților se datorează personalității lor înclinată spre sadism (Orme & Hollander, 1965). El a insistat asupra efectelor structurii sociale și a presiunilor situaționale. Diferențele condiții experimentale pe

care le-a imaginat n-au făcut decât să probeze că unele situații dau naștere la o supunere mai mare în raport cu ordinele autorității decât altele și să excludă ipoteza motivelor personale.

Unul din factorii ce fac ca individului să-i fie extrem de greu să se desprindă din această situație este natura secvențială a sarcinii, faptul că la început ascultarea ordinelor autorității nu cere un efort deosebit. Mai apoi individul se consideră angajat în raport cu decizia de a se arăta obedient. Dorința de a părea consistent în comportament îl face să amâne mereu momentul abandonului.

Explicațiile avansate de Milgram s-au centrat pe noțiunea de "stare agentică". Accenta este o stare psihologică în care individul acceptă "definițiile realității furnizate de autoritate", se supune indicațiilor ce-i ghidează conduita, se consideră pe sine un instrument în mâinile ei. În aceste condiții, tot ceea ce face sub îndrumarea autorității este în numele ei, iar răspunderea pentru consecințele actelor lui n-o poate purta decât tot autoritatea. Așadar, acest "scurt-circuit al sistemului rușine-vinovăție al personalității" (Milgram, 1974, p. 118) se datorează fenomenului de difuziune a responsabilității, sau mai degrabă transferului responsabilității către agentul de influență. Dacă subiecților li se dau instrucțiuni care-i fac să creadă că responsabilitatea le aparține în întregime, obediența diminuează semnificativ. Să mai observăm că eficiența suportului social în obediență ar putea să se afle în legătură cu percepția propriei responsabilități (Worchel & Cooper, 1979). Milgram a arătat că modelele de independență din grup - într-unul din scenarii lângă subiect se mai află doi complici care refuză să îndeplinească ordinele autorității - reduc obediența la 10 %. Este posibil ca asumarea responsabilității de către cei doi să fi făcut salientă pentru subiect propria responsabilitate.

Experimentele lui Milgram au fost aspru criticate, invocându-se încălcarea flagrantă a regulilor de etică a cercetării psihologice (Baumrind, 1964; Orme & Evans, 1965). Fără îndoială, subiecții săi trăiesc o stare de stress pe care cercetătorul n-avea dreptul să o inducă. În plus, li se dezvăluie o trăsură a lor pe care poate n-ar fi trebuit s-o cunoască. Milgram a scris multe articole încercând să se apere. El a invocat și declarațiile subiecților din chestionarele post-experimentale, din care reiese că majoritatea acestora n-a regretat participarea la experiment. Oricum, dacă îndrăznețul scenariu al lui Milgram se justifică, cel puțin în opinia unora, prin valoarea științifică a concluziilor sale, disputa aceasta îndelungată în jurul problemei etice pare să fi avut două urmări: a întârzi

preocupările comunicații și inițiale pentru protejarea participanților în experimentele psihologice, dar a și descurajat, într-o oarecare măsură, cercetările în domeniul obedienței.

Complezența

În multe studii asupra influenței sociale conceptul de complezență apare ca echivalentul celui de conformism public, desemnând un nivel superficial al receptivității influenței de către jintă. Pentru sensul acesta ar trebui poate să adoptăm termenul de supunere, după exemplul literaturii de limbă franceză (soumission). În rândurile de mai jos complezența se referă la răspunsurile comportamentale ale jintei influenței ca umare a unei cereri formulate de sursă. Dacă în conformism presiunea grupului provoacă schimbarea în comportamente și în atitudinile exteriorizate, complezența implică o influență strict interpersonală. Spre deosebire de obediență, în care vehiculul influenței este autoritatea legiuită de care dispune sursa și diferența de statut dintre cele două entități, ea conceptualizează situațiile în care individul se confruntă cu tentativele de influențare ale prietenilor, rudelor, colegilor, cunoștințelor întâmplătoare ca și ale unor profesioniști ai influenței ca politicienii sau vânzătorii. Să observăm că nu suntem foarte departe de primul înțeles, întrucât astfel definită complezența presupune o schimbare manifestă, temporară și lipsită de profunzime.

Pentru a avea succes, cererile și rugămintele celorlalți trebuie să fie formulate într-un anumit fel și mai ales în condiții speciale. Aceste condiții se referă la contextul în care evoluează cei doi protagoniști. Într-adevăr, în mod obișnuit, un demers de influență nu conține numai transmiterea mesajului, ci o secvență mai largă de interacțiune. Dacă sursa nu dispune de putere, simpla adresare a cererii poate să rămână fără răspuns. Șansele de succes sporesc mult dacă ea folosește o tehnică sau o strategie de inducere a complezenței. În cele ce urmează vom trata succint tocmai strategiile folosite de indivizi în viața de zi cu zi pentru a face ca rugămintilor sau cererilor lor de a obține un obiect, o informație sau un serviciu să li se dea curs. Majoritatea studiilor și manualelor includ complezența în domeniul persuasiunii și schimbării de atitudine. Noi socotim că ea ține mai curând de influența socială, dată fiind însermătatea deosebită pe care o dobândește contextul interacțional.

Unul din liderii acestui domeniu de cercetare este Robert Cialdini, autorul unui volum provocator și incitant, ce a stârnit un imens interes. Pentru a studia aceste tehnici autorul american a utilizat experimentul, dar și observația participativă. Dacă experimentul de laborator permite un control riguros al variabilelor și testarea unor ipoteze precise, el nu poate reconstitui relația interpersonală, așa cum se consituie și se perpetuează ea în viața cotidiană. De asemenea, Cialdini a hotărât să-și concentreze cercetările asupra sursei de influență și mai ales asupra acelor indivizi a căror meserie constă în a-i face pe alții să accepte cererile lor. În încercarea de a distinge mecanismele subiacente și de a alcătui o taxonomie a strategiilor de influențare, el a stabilit 6 principii, pe care le vom aminti și noi, comentându-le sumar.

(1) Principiul angajamentului. Strategiile bazate pe acest principiu urmăresc să determine jinta să ia o atitudine, formulând apoi cereri consistente cu această poziție. cea mai cunoscută tehnică respectând acest principiu este tehnica "picioarelor în ușa" (Freedman & Fraser, 1966). Ea constă în a formula o cerere mică, ce nu implică un mare efort din partea jintei, urmată de solicitarea obiectului sau serviciului pe care sursa l-a urmărit de la început. Acordul subiecților se bazează în principal pe angajamentul lor față de decizia luată la început (Kiesler, 1971); odată ce au decis să se arate amabili și să răspundă pozitiv solicitărilor formulate de sursă, le vine foarte greu să abdice de la acest principiu. Deciziile de implicare, chiar cele greșite, se perpetuează prin ele însele, persoana adăugând noi argumente ce justifică persistența angajamentului. Consistența comportamentelor este valorizată pozitiv de către ceilalți și, de aceea, ea funcționează ca un motiv pentru persoană. Explicația aceasta a fost completată făcându-se apel la conceptele teoriei auto-percepției (Bem, 1972). De Jong (1979) a observat că jinta își construiește cu prilejul primei cereri recepționate o imagine de sine ca persoană amabilă și binevoitoare, la care refuzul celei de-a doua cereri ar obliga-o să renunțe.

O altă tehnică deosebit de ingenioasă ce folosește de asemenea procedul "startului mic" este tehnica "aruncării mingii joase" - low-balling, cu un termen preluat din baseball (Cialdini et al., 1978; Dafinoiu, 1996). Low-balling se prezintă ca un scenariu în două acte, în care după ce jinta s-a declarat de acord cu o primă cerere, i se dezvăluie un preț mai mare al obiectului tranzacțional. Diferența în raport cu piciorul în ușa constă în faptul că ambele solicitări se referă la același obiect. Low-balling este mai primitivă și mai puțin onestă, întrucât agentul de influență denunță înțelegerea și procedează la un soi

deșantaj. Cialdini arată că această tehnică apare în mod obișnuit în arsenalul vânzătorilor americani de mașini uzate. După ce cade la învoială asupra unui preț, sursa pretinde, de pildă, că a uitat să ia în calcul o piesă și avansează un nou preț, mai mare. În mod surprinzător, clienții se conformează. Dinamica psihologică implicată este aceeași angajare în decizie.

(2) Principiul reciprocității. Potrivit acestuia, persoana devine mai complexă dacă ajunge să creadă că acceptă cererea ca răspuns la un comportament binevoitor al partenerului. În virtutea noimei reciprocității ea va răspunde unui serviciu printr-un serviciu și mai mare (Regan, 1971). Ca atare, o strategie eficientă constă în a-i oferi ceva, înainte de a formula cererea. Cialdini (1987) citează exemplul activiștilor sectei Hare Krishna, care înainte de a solicita o donație oferă trecătorului o floare sau o carte. Desigur, câștigul agentului influenței rezultă din diferența mare dintre cele două obiecte sau servicii schimbate.

Cialdini și colaboratorii săi (1975, studiul prezent în volumul de față) au postulat un corolar al legii reciprocității, norma concesiilor reciproce, ce poate fi pus de asemenea în slujba inducerii complexității. Resortul influenței constă în acest caz în iluzia ce se creează persoanei țintă că solicitatorul abandonat o cerere relativ importantă pentru a-i solicita un lucru de mai mică însemnătate. Concesia pe care se simte obligată să o facă la rândul ei nu reprezintă altceva decât îndeplinirea serviciului donit de sursă.

Freedman și colaboratorii săi (1967) au studiat cu ajutorul metodei experimentale o strategie eficientă, apropiată de cele bazate pe principiul reciprocității: provocarea sentimentului de vinovăție înainte de formularea cererii. Individizii ce trăiesc acest sentiment sunt mai înclinați să cedeze, pentru că percep îndeplinirea cererii ca pe o conduită ce compensează și șterge vinovăția.

(3) Principiul validării sociale. În virtutea acestui principiu agentul de influență încearcă să facă ținta să creadă că alții, similari cu ea, ar da curs cererii. Ca atare, mesajul cuprinde informații cu privire la aceste modele care s-au conformat deja.

(4) Principiul autorității. Milgram a demonstrat cât se poate de convingător capacitatea uriașă a personajelor dispunând de autoritate de a induce obediență. Urmând acest principiu profesioniștii complexității caută să treacă drept autorități infailibile în ochii țintei

(5) Principiul ranițăii. Ceea ce e rar e mai greu de obținut. Din acest punct de vedere, ținta influenței trebuie convinsă că produsul ce i se oferă reprezintă o raritate sau că este din ce în ce mai greu accesibil.

(6) Principiul atractivității. În domeniul persuasiunii este binecunoscut faptul că o sursă atractivă obține mai multă influență. Cei ce se îndeleitnesc cu persuasiunea și complexitatea în viața cotidiană știu foarte bine lucrul acesta. Politicienii, de exemplu, la fel cu cricine solicită un serviciu, încearcă să se facă acceptați și simpatizați. O strategie subordonată acestui principiu o reprezintă linguirea (Jones & Wortman, 1973). Prin linguire și laudă sursa de influență se declară de acord cu ținta, ajungând să fie simpatizată.

Aceste principii - în mod special primele două - fondează strategii ce urmăresc construirea unui cadru al interacțiunii în interiorul căruia formularea cererii de către sursă capătă o eficiență uluitoare. Cialdini le-a asemănat tehnicilor de jujitsu, iar influența obținută prin intermediul lor a numit-o influență automată sau influență instantanee. Mecanismele comportamentale pe care le pun în mișcare aceste scenarii permit declanșarea actului de complexitate fără exercitarea de presiuni și, de multe ori, fără ca manipularea să devină evidentă.

O abordare diferită de aceea a autorilor pe care i-am amintit, dar vizând același scop științific, explorarea influenței în viața cotidiană, au propus-o cercetătorii ce s-au aplecat asupra reprezentărilor pe care individzii le au despre tentativele de persuasiune. Rule și Bisanz (1987), de exemplu, au demonstrat că individzii posedă structuri de cunoaștere de genul schemelor, cu ajutorul cărora stochează și procesează informația despre situațiile de influență. Ei au construit taxonomii ale strategiilor și ale scopurilor demersurilor de influențare așa cum apar în reprezentările populației

Preocupările pentru cercetarea modalităților utilizate de oameni în viața de zi cu zi pentru a obține influență asupra semenilor n-au apărut decât după 1960. Este interesant că aceste studii se situează la granița dintre influența socială și schimbarea de atitudine, denunțând dihotomia arbitrară a celor două domenii.

Influența minoritară

Până la sfârșitul deceniului al 8 - lea influența socială a fost în bună măsură confundată cu influența exercitată de majoritate. În cadrul a ceea ce Moscovici (1979) a numit paradigma funcționalistă s-au studiat mecanismele de reglare socială ce asigură perpetuarea normelor, felul în care indivizii aderă la normele majorității. Acest tip de abordare, ce are drept axiomă /ideea superiorității sursei în raport cu jinta fundează influența pe dependență normativă sau informațională. Grupul exercită o puternică presiune spre uniformitate, eliminând prin sancțiuni severe orice divergență de opinie (Schachter, 1951). El are mereu câștig de cauză în fața individului, ce trebuie să renunțe la adoptarea oricărei poziții deviante și să se conformeze normei. Schimbarea socială este opera-grupului. Ea se produce lent, fără a pune în pericol coeziunea acestuia. Hollander (1960), prin teoria creditului idiosincronic, este singura voce distonantă în această perioadă. El evită acuzația de imobilism, făcând din indivizi cu statut înalt agenții inovației : liderul are inițiativa schimbării, dar numai după ce s-a conformat normelor, căștigându-și astfel poziția în grup.

Moscovici (1979) clădește modelul genetic sau interacționist pe ideea că conflict social reprezintă mecanismul general al influenței. Din acest punct de vedere indivizii nu numai că își adaptează comportamentele la normele de grup dar pot propune ei înșiși norme. Argumentând că individul sau grupul restrâns de indivizi devianți în raport cu norma dominantă se află la originea inovației, această nouă paradigmă vizează să cerceteze condițiile în care o minoritate lipsită de putere, de status, de competență, de credit idiosincronic poate obține influență.

În primele experimente inspirate de aceste idei, Moscovici a dezvoltat teoria consistenței. Asch (1951) arătase că un complice dând răspunsuri eronate în fața unei majorități de subiecți naivi este luat în derădere iar impactul său este nul. Potrivit propoziției de bază a modelului genetic, conflictul dintre minoritate și majoritate, întreținut de prima, provoacă transformarea atitudinilor majorității și deci schimbarea socială. Minoritatea realizează "gestionarea" eficientă a conflictului prin intermediul stilului ei de comportament, a cărui trăsătură principală o reprezintă consistența. Pentru Moscovici, stilul de comportament corespunde organizării intenționale a semnelor verbale și non-verbale, ce permit comunicarea unei informații directe asupra obiectului, precum și a intențiilor persoanei ce-l adoptă. Într-unul din experimentele de debut (Moscovici, Lage & Naffrechoux, 1969), în care se solicita subiecților să aprecieze culoarea unui

diapozitiv albastru, o majoritate de 4 subiecți naivi se confruntă cu răspunsurile eronate a 2 complici. Minoritatea dă dovadă de o neclintită consistență, reiterând mereu răspunsul "verde". În caeste condiții, 8,42 % din răspunsurile majorității se modifică (în condiția de control se obțin numai 0,25 % răspunsuri "verde"). Impactul minorității neconsistente, ce altermase judecățile false cu cele adevărate se dovedește mult mai redus : 1,25 %. Așadar, demersul unei minorități consistente diacronic și sincron (cei doi complici manifestaseră un acord total în judecățile lor) nu rămâne fără rezultat. Mugny (1975) a observat că stilul de comportament consistent este o chestiune mai delicată decât simpla repetare a răspunsului deviant, neținând seama de feed-back-ul receptorului. El a demonstrat că stilul de negociere - flexibil sau rigid - poate decide cuantumul de influență în condiții echivalente de consistență.

Dacă primele experimente au avut în vedere numai conformismul indus de minoritate, curând s-a înțeles că propriul influenței minoritate este de a nu se manifesta direct. Ideea că mecanismele acestui tip de influență sunt diferite de cele ale conformismului a apărut devreme, dar n-a primit confirmare decât începând cu 1976. În acest an Moscovici și Lage au publicat rezultatele unei cercetări ce îngăduiau concluzia că minoritatea obține o influență latentă, în vreme ce influența majorității este manifestă și directă. Într-o paradigmă albastru-verde subiecții expuși mesajului minoritar dau mai multe răspunsuri de verde într-un test ulterior de discriminare a culorilor decât cei aflați sub influența majorității. Moscovici (1980) a numit influența indirectă a minorității conversiune (vezi și Maass, 1987, textul reproduș în acest volum) și a pus-o pe seama conflictului socio-cognitiv provocat de intervenția sursei minoritare. Împreună cu B. Personnaz (1980, articol aflat, de asemenea în acest volum) a realizat un experiment deosebit de ingenios pentru a testa această ipoteză. În acest studiu modificarea codului perceptiv al subiecților corespunde influenței latente. S-a demonstrat (deși nu toți cercetătorii au obținut rezultate identice) că sursa minoritară, prin răspunsurile ei "verzi" în fața diapozitivului albastru, face ca subiecții să vadă culoarea complementară a albastrului ca fiind roșul. Detectarea acestei influențe "ascunse" a minorității a devenit una din preocupările de bază ale cercetătorilor din acest domeniu (vezi Mugny & Pérez, 1991). Pentru a o pune în evidență ei au studiat impactul minoritar asupra conținuturilor ce n-au fost explicit abordate de minoritate (influență indirectă) sau au măsurat influența după un anumit timp (influență întârziată).

Dar mai întâi, de ce nu obține minoritatea influență manifestă? Explicația se axează pe procesul de comparare socială cu sursa, ce are loc în orice situație de influență. G. Mugny, unul din cei mai cunoscuți cercetători ai minorităților active a fost printre primii în aplicarea ideilor din studiile asupra categorizării sociale și comportamentului intergrup la influența socială (Mugny & Papastamou, 1982). Compararea socială focalizează atenția subiectului asupra caracteristicilor sociale ale sursei și, în cazul sursei majoritare, conduce la "paralizie socio-cognitivă" (Sanchez-Mazas et al., 1993) și la conformism public. Dimpotrivă, sursa minoritară provoacă un conflict de identificare; influența socială manifestă este compromisă ca urmare a caracteristicilor sale conotate negativ, pe care subiectul refuză să și le atribuie (Mugny & Pérez, 1987; Pérez, Mugny, Roux & Butera, 1993).

Spre deosebire de conformismul public, influența latentă se bazează pe o activitate socio-cognitivă complexă, validarea, în cadrul căreia atenția subiectului se centrează pe obiectul judecării minoritare. Întrucât conflictul nu poate fi rezolvat pe plan manifest sau relațional, el va fi interiorizat (Pérez, Falomir, Mugny, 1994). Analiza minuțioasă a răspunsului sursei face ca ținta să infereze principiile organizatoare ale poziției minoritare, pe care le va aplica mai târziu pentru a da răspunsuri aproximativ identice cu cele ale sursei, sau le va folosi în evaluarea unor opinii apropiate de cele ale ei (Pérez & Mugny, 1987).

Acces "constructivism social" a fost ilustrat de Charlan Nemeth. În mai multe experimente ea a dovedit că în sarcinile de rezolvare de probleme subiecții expuși influenței minoritare dau răspunsuri mai originale, probând o gândire divergentă, față de cei expuși influenței majorității, la care se constată o gândire mai curând convergentă. Volumul nostru include un studiu de sinteză al cercetătoarei americane. Preluând ideea că minoritatea și majoritatea determină forme diferite de gândire, Butera și colaboratorii (1991-1992) au analizat impactul celor două tipuri de surse asupra raționamentului. Pornind de la premisa că în verificarea ipotezelor infirmarea constituie o strategie mai eficientă și mai precisă decât confirmarea, ei au demonstrat că țintele influenței minoritare au tendința de a alege infirmarea, iar cele ale influenței majoritare de a alege strategia opusă.

În ultimii ani au fost propuse două concepte pentru a articula comparația și validarea ca procese cognitive implicate în influența minoritară: descențrarea și disocierea. Conform ipotezei descențrării (Huguet, Mugny & Pérez, 1991-1992) majoritățile obțin influență în cazul în care țintele se așteaptă la consens, în

vreme ce minoritățile au succes în situațiile în care există mai multe răspunsuri corecte posibile. Postulatul de bază al teoriei disocierii (Pérez & Mugny, 1989) este că în anumite situații ținta percepe mesajul ca pe un atribut intrinsec al sursei, iar în altele ea disociază mesajul de sursă. În ultimul caz, după ce a făcut comparația între sine și sursa minoritară, subiectul se poate angaja în activitatea de validare.

Se cuvine menționat că studiile foarte recente au infirmat valabilitatea generală a ideii că majoritatea produce mai multă influență manifestă decât latentă, iar minoritatea mai multă influență latentă decât manifestă. S-a arătat, de pildă, că în anumite condiții, intervenția majoritară se poate solda cu un impact latent (Brandstaeetter et al., 1991).

Un câmp de studii ce a suscitat multe dispute este cel al efectelor categorizării în influența minoritară. Maass și colaboratorii săi (1982) au distins minoritățile simple (ce diferă de sursa de influență numai după opiniile susținute) de minoritățile duble (ce au, pe lângă opinii diferite, și un alt background social), ajungând la concluzia că primele obțin mai multă influență. O astfel de concluzie era în deplin acord cu ideile lui Turner (1987), care nu admite posibilitatea influenței exercitate de out-group. De altfel, teoria identității sociale a oferit un excelent cadru teoretic pentru explicarea mecanismelor influenței minoritare. Totuși, Martin (1988) a introdus măsuri indirecte și a pus în evidență o influență latentă a minorității out-group mai mare decât cea a minorității in-group. Minoritatea induce conversiune când i se recunoaște specificitatea - iar adevărata ei natură este aceea de out-group.

În fine, o altă linie de cercetări, cu rezultate spectaculoase, o constituie aceea a rezistențelor în fața influenței minoritare. Un prim tip de rezistență, psihologizarea (Papastamou, 1987; Papastamou, Mugny & Pérez, 1991-1992, articolul inclus în volumul de față), se înfățișează ca opusul disocierii. Ea constă în a pune discursul minoritar pe seama unor caracteristici psihologice ale sursei. Stabilirea acestei corespondențe de către țintă face imposibilă conversiunea. Psihologizarea nu are aceleași efecte în cazul influenței majorității, ceea ce o recomandă ca o strategie specifică de a se pune la adăpost în fața mesajelor minoritare. Studiul unei alte forme de rezistență, negarea sau discreditarea (Moscovici, Mugny & Pérez, 1984-1985) a prilejuit evidențierea unor "efecte perverse": negarea sau diminuarea valorii unei opinii minoritare are ca rezultat blocarea influenței la nivel direct, dar amplificarea influenței indirecte sau întârziată. Concluziile lui Clark (1994), formulate în urma unui studiu asupra

cenzurării mesajului minoritar se referă la aceleași efecte perverse: intervenția minoritară cenzurată sau interzisă devine mai eficientă.

Chiar dacă am sfârșit discuția despre minoritățile active menționând efectele refuzului schimbării - de altminteri influența minoritară reprezintă ea însăși o modalitate de a rezista activ presiunii majoritare - recunoaștem că am omis, în general, prezentarea rezistențelor, a atitudinii independente a indivizilor în fața influențelor de tot felul. Din păcate, cercetarea în acest domeniu a fost astfel orientată încât s-a arătat mult mai puțin interesată de non-conformism. În chiar prețurile sale psihologia socială presupune natura umană ca fiind mai curând conformistă. Comportamentul individului depinde de situație - iată principiul fundamental al științei acestuia. Ea a mers atât de departe încât a numit tendința psihologului naiv de a percepe acțiunile celorlalți ca declanșate de cauze interne, ca nedepinzând de context - eroarea fundamentală.

Înseamnă oare prezența universală și inevitabilă a influenței sociale o cotoptire a psihologicului de către social? A renunțat ființa umană să mai stea stăvilă în calea influențelor care o copleșesc? Este ușor de constatat cum o concepție exaltată despre influență poate duce la viziunea unui social fără hotare sau a unui spirit colectiv. Nu vom proslăvi independența spiritului uman și nici nu vom emite judecăți de valoare asupra influenței sociale. Vom observa numai că, potrivit efectului de suport social, ca să putem face față influenței avem nevoie de ceilalți.

Bibliografie

- Abrams, D., & Hogg, M.A. (1990). Social identification, self-categorization and social influence. *European Review of Social Psychology*, 1, 195-228.
 Abrams, D., Wetherell, M., Cochran, S., Hogg, M.A., & Turner, J.C. (1990). Knowing what to think by knowing who you are: Self-categorization and the nature of

norm formation, conformity and group polarization. *British Journal of Social Psychology*, 29, 97-119.

- Allen, V.L. (1965). Situational factors in conformity. In L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 2). New York: Academic Press.
 Allen, V.L. (1975). Social support for nonconformity. In L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 8). New York: Academic Press.
 Allen, V.L., & Levine, J.M. (1971). Social support and conformity: The role of independent assessment of reality. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7, 48-58.
 Allport, F.H. (1924). *Social psychology*. Boston: Houghton-Mifflin.
 Allport, G.W. (1968). The historical background of social psychology. In G. Lindzey, & E. Aronson (eds.), *Handbook of social psychology* (vol. 1). Reading: Addison-Wesley
 Asch, S. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment. In H. Guetzkow (ed.), *Groups, leadership and men*. Pittsburgh: Carnegie Press.
 Asch, S. (1952). *Social psychology*. New York: Prentice Hall.
 Baumrind, D. (1964). Some thoughts on ethics of research: After reading Milgram's "Behavioral study of obedience". *American Psychologist*, 19, 421-423.
 Bem, D. (1972). Self-perception theory. In L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 6). New York: Academic Press.
 Berkowitz, L. (1954). Group standards, cohesiveness and productivity. *Human Relations*, 7, 505-519.
 Brandslaetter, V., Ellemers, N., Gaviria, E., Giosue, F., Huguet, P., Kroon, M., Morchain, P., Pujal, M., Rubini, M., Mugny, G., & Pérez, J.A. (1991). Indirect majority and minority influence: an exploratory study. *European Journal of Social Psychology*, 21, 199-211.
 Brehm, S.S., & Kassim, S.M. (1990). *Social psychology*. Boston: Houghton-Mifflin.
 Butera, F., Legrenzi, P., Mugny, G. & Pérez, J.A. (1991-1992). Influence sociale et raisonnement. *Bulletin de psychologie*, 45, 144-154.
 Campbell, D.J., & Fairey, P.J. (1989). Information and normative routes to conformity: The effect of faction size as a function of norm extremity and attention to the stimulus. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 457-468.
 Carver, C.S., & Scheier, M.F. (1981). *Attention and self-regulation: A control theory approach to human behavior*. New York: Springer Verlag.
 Cialdini, R.B. (1985). *Influence*. Glenview: Scott, Foresman and Company.
 Cialdini, R.B. (1987). Compliance principles for compliance professionals: Psychologists of necessity. In M.P. Zanna, J.M. Olson, & C.P. Herman (eds.), *Social influence: The Ontario Symposium* (vol. 5). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

- Cialdini, R.B., Cacioppo, J.T., Bassett, R., & Miller, J.A. (1978). Low-ball procedure for producing compliance: Commitment the cost. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 463-476.
- Cialdini, R.B., Vincent, J.E., Lewis, S.K., Catalan, J., Wheeler, D., & Darby, B.L. (1975). Reciprocal concessions procedure for inducing compliance: The door-in-the-face technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 308-315.
- Clark, R.D.III (1994). The role of censorship in minority influence. *European Journal of Social Psychology*, 24, 331-338.
- Cottrell, N.B. (1972). Social facilitation. In C. McClintock (ed.), *Experimental social psychology*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Cottrell, N.B., Wack, D.L., Sekerak, G.J., & Riittle, R.H. (1968). Social facilitation of dominant responses by the presence of others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 245-250.
- Crutchfield, R.A. (1955). Conformity and character. *American Psychologist*, 10, 191-198.
- Dafinoiu, I. (1996). Mecanisme și strategii ale persuasiunii. În A. Neculau (ed.), *Psihologie socială - aspecte contemporane*. Iași: Polirom.
- DeJong, W. (1979). An examination of self-perception mediation of the foot-in-the-door effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 2221-2239.
- Deutsch, M., & Gerard, H. (1955). A study of normative and informational influence upon individual judgment. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, 629-636.
- Dittes, J., & Keley, H.H. (1956). Effects of different conditions of acceptance upon conformity to group norms. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 53, 100-107.
- Duval, S., & Wicklund, R.A. (1972). *A theory of objective self-awareness*. New York: Academic Press.
- Eagly, A.H., & Carli, L. (1981). Sex of researcher and sex-typed communication as determinants of sex differences in influenceability: A meta-analysis of social influence studies. *Psychological Bulletin*, 90, 1-20.
- Eagly, A.H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.
- Eagly, A.H., Wood, W., & Fishbaugh, L. (1981). Sex differences in conformity: Surveillance by the group as a determinant of male nonconformity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 384-394.
- Festinger, L. (1950). Informal social communication. *Psychological Review*, 57, 271-282.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.

- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press.
- Fischbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading: Addison - Wesley.
- Freedman, J.L., & Fraser, S.C. (1966). Compliance without pressure: The foot-in-the-door technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 195-202.
- Freedman, J.L., Wallington, S.A., & Bless, E. (1967). Compliance without pressure: The effect of guilt. *Journal of Personality and Social Psychology*, 7, 117-124.
- Green, R.G. (1989). Alternative conceptions of social facilitation. In P.B. Paulus (ed.), *Psychology of group influence*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Geller, S.H., Endler, N.S., & Wiesenhal, D.L. (1973). Conformity as a function of task generalisation and relative competence. *European Journal of Social Psychology*, 3, 53-62.
- Guerin, B. (1989). Reducing evaluation effects in mere presence. *Journal of Social Psychology*, 129, 183-190.
- Guerin, B., & Innes, J.M. (1982). Social facilitation and social monitoring: A new look at Zajonc's mere exposure hypothesis. *British Journal of Social Psychology*, 21, 7-18.
- Hogg, M.A. (1992). *The social psychology of group cohesiveness: From attraction to social identity*. London: Harvester Wheatsheaf.
- Hogg, M.A. & McGarty, C. (1990). Self-categorization and social identity. In D. Abrams & M.A.Hogg (eds.), *Social identity theory: Constructive and critical Advances*. London: Harvester Wheatsheaf.
- Hogg, M.A., & Turner, J.C. (1987). Social identity and conformity: A theory of referent informational influence. In W. Doise & S.Moscovici (eds.), *Current issues in european social psychology (vol.2)*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hollander, E.P. (1960). Competence and conformity in the acceptance of influence. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 61, 360-365.
- Hofling, C.K., Brozman, E., Dalrymple, S., Graves, N., & Pierce, C. (1966). An experimental study of nurse - physician relations. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 143, 171-180.
- Huguet, P., Mugny, G., & Pérez, J.A. (1991-1992). Influence sociale et processus de décentration. *Bulletin de Psychologie*, 45, 155-163.
- Insko, C.A., Drenan, S., Solomon, M.R., Smith, R., & Wade, T.J. (1983). Conformity as a function of the positive self-evaluation with being liked and being right. *Journal of Experimental Social Psychology*, 19, 341-358.
- Jacobs, R.C., & Campbell, D.T. (1961). The perpetuation of an arbitrary tradition through several generations of a laboratory microculture. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62, 649-658.

- Jones, E.E., & Wortman, C. (1973). *Ingratiation: An attributional approach*. Morristown, NJ: General Learning Press.
- Judd, C.M., & Park, B. (1988). Out-group homogeneity: Judgments of variability at the individual and group levels. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 778-788.
- Kelley, H.H. (1952). Two functions of reference groups. In G.E. Swanson, T.M. Newcomb, & E.L. Hartley (eds.), *Readings in social psychology*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Kelman, H.C. (1958). Compliance, identification and internalization: Three processes in opinion change. *Journal of Conflict Resolution*, 2, 51-60.
- Kiesler, C.A. (1971). *The psychology of commitment: Experiments linking behavior to beliefs*. New York: Academic Press.
- Kiesler, C.A., & Kiesler, S.B. (1969). *Conformity*. Reading: Addison-Wesley.
- Latane, B., & Wolf, S. (1981). The social impact of majorities and minorities. *Psychological Review*, 88, 438-453.
- Lefkowitz, M., Blake, R.R., & Mouton, J.S. (1955). Status factors in pedestrian violation of traffic signals. *Journal of Abnormal and Social Psychology*.
- Lemaine, G., Lasch, E., Ricateau, P. (1971-1972). L'influence sociale et les systemes d'action: les effets d'attraction et de repulsion dans une experience de normalisation avec l'"allocinetique". *Bulletin de psychologie*, 25, 482-493.
- Levine, J.M., & Pavelchak, M.A. (1984). Conformite et obeissance. In S. Moscovici (ed.), *Psychologie sociale*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Leyens, J.P. (1979). *Psychologie sociale*. Paris: Presses Universitaires de France.
- McNeil, M.K., & Sherif, M. (1976). Norm change over subject generations as a function of arbitrariness of prescribed norm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 762-773.
- Maass, A. (1987). Minorities et processus de conversion. In S. Moscovici & G. Mugny (eds.), *Psychologie de la conversion*. Cousset: Delval.
- Maas, A., Clark, R.D.III, & Haberkorn, G. (1982). The effects of differential ascribed category membership on minority influence. *European Journal of Social Psychology*, 12, 89-104.
- Martin, R. (1988). Ingroup and outgroup minorities: Differential impact upon public and private responses. *European Journal of Social Psychology*, 18, 39-52.
- Meeus, W.H.J., & Raaijmakers, Q.A.W. (1986). Administrative obedience: Carrying out orders to use psychological-administrative violence. *European Journal of Social Psychology*, 16, 311-324.
- Milgram, S. (1961). Nationality and conformity. *Scientific American*, 205, 45-51.
- Milgram, S. (1963). Behavioral study of obedience. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 371-378.
- Milgram, S. (1974). *Obedience to authority*. London: Tavistock.
- Moscovici, S. (1979). *Psychologie des minorites actives*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Moscovici, S. (1980). Toward a theory of conversion behavior. In Berkowitz, L. (ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 13). New York: Academic Press.
- Moscovici, S., & Lage, E. (1976). Studies in social influence III: Majority versus minority influence in a group. *European Journal of Social Psychology*, 6, 149-164.
- Moscovici, S., Lage, E., & Naffrechoux, M. (1969). Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a colour perception task. *Sociometry*, 32, 365-380.
- Moscovici, S., Mugny, G., & Pérez, J.A. (1984-1985). Les effets pervers du deni (par la majorité) des opinions d'une minorité. *Bulletin de Psychologie*, 38, 803-812.
- Moscovici, S., & Personnaz, B. (1980). Studies in social influence V: Minority influence and conversion behavior in a perceptual task. *Journal of Experimental Social Psychology*, 16, 270-282.
- Mugny, G. (1975). Negotiations, image of the other and the process of minority influence. *European Journal of Social Psychology*, 5, 209-228.
- Mugny, G., & Papastamou, S. (1982). Minority influence and psycho-social identity. *European Journal of Social Psychology*, 12, 379-394.
- Mugny, G., & Pérez, J.A. (1987). Minorities, identification et influence. In S. Moscovici & G. Mugny (eds.), *Psychologie de la conversion*. Cousset: Delval.
- Mugny, G., & Pérez, J.A. (1991). *The social psychology of minority influence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mullen, B. (1983). Operationalizing the effect of the group on the individual: A self-attention perspective. *Journal of Experimental Social Psychology*, 19, 295-322.
- Nemeth, C. (1987). Au-delà de la conversion: formes de pensée et prise de décision. In S. Moscovici & G. Mugny (eds.), *Psychologie de la conversion*. Cousset: Delval.
- Nemeth, C., & Chiles, C. (1988). Modelling courage: The role of dissent in fostering independence. *European Journal of Social Psychology*, 18, 275-280.
- Newcomb, T.M., Turner, R.H., & Converse, P.E. (1970). *Manuel de psychologie sociale*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Orne, M.T., Evans, F.J. (1965). Social control in the psychological experiment: Antisocial behavior and hypnosis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 189-200.
- Papastamou, S. (1987). Psychologisation et résistance à la conversion. In S. Moscovici & G. Mugny (eds.), *Psychologie de la conversion*.
- Papastamou, S., Mugny, G., & Pérez, J.A. (1991-1992). La valeur stratégique de la psychologisation dans l'influence sociale. *Bulletin de Psychologie*, 45, 164-172.

- Pérez, J.A., Falomir, J.M., & Mugny, G. (1995). Internalization of conflict and attitude change. *European Journal of Social Psychology*, 25, 117-124.
- Pérez, J.A., & Mugny, G. (1987). Comparaison et construction sociale de la réalité. În S. Moscovici & G. Mugny (eds.). *Psychologie de la conversion*. Cousse: Delval.
- Pérez, J.A., & Mugny, G. (1989). Discrimination et conversion dans l'influence minoritaire: Le modele de la dissociation. În J.L. Beauvois, R.V. Joule, & J.M. Monteil (eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales (vol.2)*. Cousse: Delval.
- Pérez J.A., & Mugny, G. (1993). *Influences sociales. La theorie de l'elaboration du conflit*. Neuchatel: Delachaux et Niestle.
- Pérez, J.A., & Mugny, G. (1996). Strategii de influență socială și de persuasiune: teoria elaborării conflictului. În A. Neculau (ed.), *Psihologie socială - aspecte contemporane*. Iași: Polironi.
- Pérez, J.A., Mugny, G., Roux, P., & Butera, F. (1991). Influences via la comparation sociale, influences via la validation. În J.L. Beauvois, R.V. Joule & J.M. Monteil (eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales (vol.3)*. Cousse: Delval.
- Regan, D.T. (1971). Effects of a favor and liking on compliance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7, 627-639.
- Rule, B.G., & Bisanz, G.L. (1987). Goals and strategies of persuasion: A cognitive schema for understanding social events. În M.P. Zanna, J.M. Olson, & C.P. Herman (eds.), *Social influence: The Ontario Symposium (vol. 5)*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Sanchez-Mazas, M., Pérez, J.A., Navarro, E., Mugny, G., & Jovanovic, J. (1993). Dela paralizie intragrupe au conflict normativ: etudes sur l'avortement, la contraception et la xenophobie. În J.A. Pérez & G. Mugny, *Influences sociales. La theorie de l'elaboration du conflit*, Neuchatel: Delachaux et Niestle.
- Schachter, S. (1951). Deviation, rejection and communication. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 46, 190-207.
- Sherif, M. (1936). *The psychology of social norms*. New York: Harper & Row.
- Sherif, M., & Sherif, C.W. (1956). *An outline of social psychology*. New York: Harper & Row.
- Show, M.E., Rothschild, G.H., & Strickland, J.F. (1957). Decision processes in communication nets. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 54, 323-330.
- Sistrunk, F., & McDavid, J.W. (1971). Sex variable in conforming behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2, 200-207.
- Smith, P.B., & Bond, M.H. (1993). *Social psychology across culture: analysis and perspective*. London: Harvester Wheatsheaf.
- Tajfel, H. (1972). La categorisation sociale. În S. Moscovici (ed.), *Introduction a la psychologie sociale (vol.1)*. Paris: Larousse.

- Tajfel, H., & Turner, J.C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. În W.G. Austin & S. Worchel (eds.), *The social psychology of intergroup relations*. Monterey: Brooks/Cole.
- Tajfel, H., & Wilkes, A. (1963). Classification and quantitative judgment. *British Journal of Social Psychology*, 54, 101-114.
- Tanford, S., & Penrod, S. (1984). Social influence model: A formal integration of majority and minority influence processes. *Psychological Bulletin*, 95, 189-225.
- Thibaut, J.W., & Strickland, L. (1956). Psychological set and social conformity. *Journal of Personality*, 25, 115-129.
- Turner, J.C. (1981). Towards a cognitive redefinition of social group. *Cahiers de Psychologie cognitive*, 1, 93-118.
- Turner, J.C., Hogg, M.A., Oakes, P.J., Reicher, S.D., & Wetherell, M.S. (1987). *Rediscovering the social group. A self-categorization theory*. Oxford: Basil Blackwell.
- Vanbeselaere, N. (1983). Mere exposure: a search for an explanation. În W. Doise & S. Moscovici (eds.), *Current issues in european social psychology*, (vol.1). Cambridge: Cambridge University Press.
- Vaughan, G., & Hogg, M. (1995). *Introduction to social psychology*. Sydney: Prentice Hall.
- Wilder, D.A. (1977). Perceptions of groups, size of opposition, and social influence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, 253-268.
- Wilder, D.A. (1990). Some determinants of the persuasive power of in-groups and out-groups: Organisation of information and attribution of independence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1202-1213.
- Worchel, S., & Cooper, J. (1979). *Understanding social psychology*. Georgetown: The Dorsey Press.
- Wrightman, L. (1972). Social psychology in the seventies. Monterey: Brooks-Cole.
- Zajonc, R.B. (1965). Social facilitation. *Science*, 149, 269-274.
- Zajonc, R.B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 1-27.
- Zajonc, R.B. (1980). Comprehension. În P.B. Paulus (ed.), *Psychology of group influence*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.