

Seria *Psihologie* este coordonată de Adrian Neculau

EWA DROZDA-SENKOWSKA este profesoară de psihologie la Universitatea René Descartes – Paris V. Dintre lucrările sale, amintim *Les Pièges du raisonnement* (trad. rom. de Radu-Constantin Gavril, *Capcanele raționamentului*, Iași, Polirom, 1998), *Irrationalités collectives* (Lausanne, Paris, Delachaux & Niestlé, 1995), „Pshychologie sociale générale et expérimentale”, in C. Tapia (ed.), *Introduction à la psychologie sociale* (Paris, Éditions d'Organisation); „Rôle du contexte normatif sur l'effet Pollyanne I: compétition et diminution du penchant positif dans les jugements d'autrui” (coautor B. Personnaz), in *Revue internationale de psychologie sociale*, 1, 1988.

Redactor: Emanuela Stoleriu
Coperta: Florin Pînzariu
Tehnoredactor: Irina Juncu

Ewa Drozda-Senkowska, *Psychologie sociale expérimentale*

© 1999 by Armand Colin, Paris

© 2000 by Editura Polirom Iași, pentru prezenta traducere

Editura POLIROM

Iași, B-dul Copou, nr. 4, P.O. BOX 266, 6600

București, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale:

Psychologie socială experimentală / Ewa Drozda-Senkowska; trad. de Bogdan Balan și Mihaela Boza. – Iași, Polirom, 2000

192 p., 21 cm. – (Collegium. Psihologie)

Tit. orig. (fre.): *Psychologie sociale expérimentale*

ISBN: 973-683-440-9

I. Balan, Bogdan (trad.)

II. Boza, Mihaela (trad.)

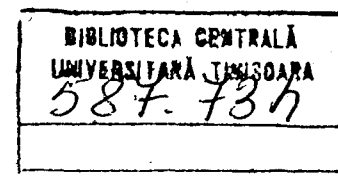
316.6

Printed in ROMANIA

Ewa Drozda-Senkowska

PSIHOLOGIE SOCIALĂ EXPERIMENTALĂ

Traducere de Bogdan Balan și Mihaela Boza



Biblioteca Centrală
Universitară
Timișoara

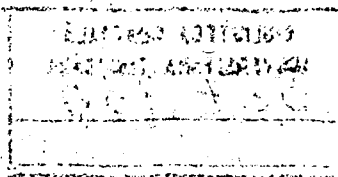


02114240

POLIROM
2000

Mulțumiri

Această carte a beneficiat de lectura atentă și de observațiile pertinente ale următorilor specialiști : Dominique Oberlé, Françoise Askevis, Geneviève Coudin, Frédérique Gouinguenet, Silvia Krauth-Gruber, Gabriel Moser, Ghislaine Richard, François Ric, Patrick Scharnitzky. Doresc să le mulțumesc tuturor. Nu aș fi putut scrie această carte fără studenții cărora am avut plăcerea să le predau psihologia socială și metoda experimentală. Le mulțumesc pentru dorința lor de a învăța și pentru voința lor de a căuta să înțeleagă.



CUPRINS

Introducere 9

Partea întâi INFLUENȚA SOCIALĂ

Capitolul 1. Formarea normelor	35
Capitolul 2. Conformismul	47
Capitolul 3. Obediența	63
Capitolul 4. Inovația	83

Partea a doua A PERCEPE ȘI A GÂNDI LUMEA SOCIALĂ

Capitolul 1. Perceperea persoanelor	107
Capitolul 2. Organizarea ideilor cu privire la persoane	125
Capitolul 3. Categorizarea	149
Anexă. Codul deontologic al psihologilor din Franța	165
Bibliografie	177
Index	185

Introducere

1. Obiectivele manualului

Această carte se adresează studenților din primul ciclu universitar, care au ales psihologia și care descoperă pe parcursul primilor doi ani de studiu diferitele ei sub-discipline. Psihologia socială este una dintre acestea. În general, ea stârnește interesul studenților, întrucât abordează numeroase fenomene ale vieții cotidiene față de care se simt direct implicați. Totuși, studenții descoperă destul de repede că o mare parte a teoriilor avansate de psihologia socială se sprijină pe studii experimentale de laborator. Unii sunt fascinați de caracterul manipulator al experimentului, alții sunt oarecum speriați. Marea lor majoritate au însă greutăți în a accepta faptul că probleme sociale complexe cum ar fi conformismul sau obediența pot fi studiate într-un context de laborator unde nu poate fi reconstituită bogăția realității sociale. De asemenea, ei au dificultăți în a se familiariza cu spiritul și exigențele metodei experimentale. Ceea ce era perfect abordabil din perspectiva simțului comun, a observațiilor cotidiene, devine mai dificil, „tehnic”, iar uneori își pierde interesul. Și totuși, neglijarea metodei experimentale ar fi nu doar imposibilă, ci și regretabilă. În psihologia socială, mai mult decât în alte discipline, această abordare echivalează cu o aventură intelectuală fascinantă, o provocare aruncată cercetătorilor. Însă la joc pot participa doar inițiații.

În numeroase universități franceze, inițierea sistematică în metoda experimentală are loc în ciclul al doilea. Se întâmplă frecvent ca pe parcursul primului ciclu, orele de psihologie socială să debuteze printr-o prezentare a principiilor experimentării, indispensabile pentru a le înțelege pe celelalte. Se mai întâmplă, de asemenea, ca evaluarea cunoștințelor să vizeze aspectele metodologice. Prin urmare, ni s-a părut utilă realizarea unei lucrări care, rămânând o introducere în psihologia socială, să fie și o inițiere în ceea ce noi considerăm spiritul experimentării în psihologia socială. Această carte are însă și limite.

Primele se referă la alegerea temelor sau câmpurilor acestei discipline. Cele pe care le abordăm noi reprezintă doar o mică parte a ansamblului. Ele au fost selectate în funcție de conținutul cursurilor de psihologie socială în primul ciclu universitar din majoritatea universităților franceze. Trebuie să fim însă realiști. Organizarea didactică variază de la o universitate la alta. Dacă, în ansamblu, temele majore ale disciplinei noastre sunt abordate în majoritatea cursurilor, momentul și modul lor de prezentare nu sunt aceleași.

Totodată, la acest nivel le sunt prezentate studenților influența socială și experimentele „clasice” privind formarea normelor și influența majoritară (obediința, conformismul). Este abordată, de asemenea, influența minoritară, dar – din câte cunoaștem – mai degrabă la nivel conceptual decât experimental. Studiile privind influența socială ilustrează aceeași provocare, aceea a abordării experimentale a unor fenomene sociale complexe. Analiza acestei provocări este o excelentă ocazie de inițiere, atât în specificitatea psihologiei sociale, cât și în experimentele acesteia.

În numeroase universități, primii ani constituie ocazia de a prezenta studenților câmpul cogniției sociale și în special cel al percepției sociale. Totuși, studiul acestui domeniu este mai puțin consensual decât cel al influenței sociale. Avem de-a face cu un curent de cercetare mai recent, în plină evoluție, dar care are, și el, lucrările și conceptele sale „clasice”. Și în acest caz, obiectivul nostru constă mai puțin în a prezenta o viziune de ansamblu și mai mult într-o inițiere în abordarea experimentală, ilustrându-i-se specificitatea și aportul propriu. Studiul modului în care sunt percepute persoanele, al rolului jucat de idei (teoriile naive) nu vine de la sine. Ca și în alte domenii, este nevoie de modele teoretice și de ingeniozitate din partea cercetătorilor.

Această carte nu oferă deci o panoramă tematică de curente sau de concepte ale psihologiei sociale experimentale. Un mare număr dintre acestea „strălucesc” prin absență, cum ar fi, de exemplu, identitatea, sinele, interacțiunile, comunicarea, grupul, altruismul, agresiunea sau rolul emoțiilor în funcționarea socială. Există lucrări și manuale excelente care se ocupă de aceste teme (iar altele sunt în pregătire).

Alte limite ale acestei cărți se referă la modul de prezentare al abordării experimentale. Experiența didactică în predarea psihologiei sociale experimentale ne-a făcut să punem mai puțin accentul pe aspectul „tehnic” al experimentării și mai mult pe spiritul său. Această decizie se datorează apariției unor lucrări care prezintă acest aspect tehnic și care lipseau până nu de mult.

Înainte de toate, dorim să le arătăm studenților că experimentul este o aventură intelectuală, plină de surprize, dar implicând și demersuri laborioase. În spatele „frumoaselor” experimente se ascund ani de lucru, de gândire, de tatonări care nu sunt evocate în publicații, dar pe care le poți ghici odată familiarizat cu exigențele experimentării. Acestea fiind spuse, suntem conștienți că pentru a putea aprecia ingeniozitatea anumitor studii este necesară o minimă experiență în ceea ce privește conceperea, analiza și interpretarea acestui tip de studii. Nu este cazul studenților debutanți. Pentru a depăși aceste dificultăți, am utilizat o metodă pedagogică „clasică”, ce are drept obiectiv provocarea curiozității și a gândirii: punerea de întrebări pentru a face lectura mai activă. Deși punem întrebări, nu vom oferi răspunsuri la toate. Nu ne ascundem speranța că studenții vor încerca ei înșiși să le caute. Un alt motiv pentru care nu dăm toate răspunsurile este însă și acela că, adesea, nu există „un” răspuns, ci mai multe. A indica unul singur ar însemna o îndochinare, o uniformizare a gândirii, ceea ce ar fi contrar specificității învățământului superior. Acesta, în afara transmiterii de cunoștințe, are drept obiectiv formarea unui spirit critic și deschis. Confruntarea cu întrebările puse de alții conduce în final la întrebări proprii. Nu trebuie să uităm că încercarea de a răspunde la întrebări va rămâne întotdeauna o excelentă metodă de pregătire pentru examenele care îi obsedează pe studenții primilor ani. Întrebările, dintre care unele au fost calificate drept „capcane” de către colegi și studenți, sunt semnalate printr-o invitație: „E rândul vostru”.

Prezentând diferitele experimente ale psihologiei sociale, am insistat uneori asupra mizelor teoretice (mai ales în a doua parte), pentru a-i ajuta pe studenți să sesizeze diferența dintre o manipulare sau provocare oarecare și experiment ca metodă științifică. Acesta servește pentru a testa ipoteze precise și nu doar pentru a obține un efect spectaculos. Experimentul necesită un du-te-vino constant între teorie, concepte și procedura de verificare. De aici rezultă, pe tot parcursul cărții, parantezele mai mici sau mai mari referitoare la concepte sau cadre teoretice.

De asemenea, am ales introducerea prezentei cărți și nu un capitol separat pentru a explica fundamentele experimentării și ceea ce noi considerăm „spiritul” acestei abordări. Înțelegerea lui permite o mai bună înțelegere a experimentelor de psihologie socială și o însușire mai ușoară a detaliilor „tehnice” ale acestei abordări.

2. Fundamentele experimentului

Experimentul (vezi chenarul 1) este o metodă adecvată pentru a testa ipotezele cauzale (explicative). Acestea ocupă un loc aparte în științele empirice, dintre care face parte și psihologia. Obiectivele acestor științe sunt descrierea diferitelor fenomene studiate (în vederea unei mai bune înțelegeri a acestora) și explicarea lor. Acestor două obiective, de egală importanță, le corespund două tipuri de interogații. Primele se rezumă la întrebări de tip *cum* (de exemplu, cum reacționează oamenii în fața autorității?, cum își reprezintă ei persoanele vârstnice?, ce gândesc ei despre tehnologia modernă?, o cunosc? etc.): ele ghidează demersul descriptiv. Celelalte se reduc la întrebări de tip *de ce* (de exemplu, de ce ne supunem autorității?, în ce condiții o facem?, care este impactul contactelor cu vârstniciei asupra reprezentării despre ei? etc.): acestea ghidează demersul explicativ.

Ipotezele cauzale fac parte din acest demers și corespund unor răspunsuri propuse la întrebarea „de ce”. Caracteristica lor constă în faptul că ele se pronunță asupra existenței unei legături specifice între fenomenele studiate: *o legătură cauzală*.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Pentru a afla mai multe despre demersurile descriptive și explicative, vă recomandăm lectura unei excelente lucrări a lui Benjamin Matalon (1988): *Décrire, expliquer, prévoir: démarches expérimentales et terrain*, Paris, A. Colin, coll. „U”. De altfel, această carte vă va permite să descoperiți problemele puse de studiile organizate pe teren, deci în afara laboratoarelor, pe de o parte, precum și cele puse de predicție, pe de altă parte.

▲ 1. Experiență și experiment

Termenul „experiență”, foarte frecvent utilizat în diferite manuale de metodologie sau de psihologie socială, poate da naștere unor confuzii. În limba franceză¹, el desemnează nu doar un demers științific, dar și „experiența interioară” trăită. În engleză, această omonimie nu există. Se face distincție între *experiment* și *experience*. Pentru a evita eventualele confuzii, din ce în ce mai des este utilizat termenul „experiment” pentru a desemna experiența ca demers științific.

1. Și în limba română (n.tr.).

De altfel, se întâmplă ca termenul „experiență” să fie folosit ca sinonim pentru „empiric”. În acest caz, el exprimă o incitare la a căuta realul (la a căuta confirmarea prin fapte) în loc de a specula asupra unui fenomen sau de a crede că acesta este cunoscut și poate fi explicat în mod direct. În acest sens, se pune în opoziție experiența cu introspecția, deducția, dar și cu simțul comun. Totuși, atunci când utilizăm termenul „experiență” ca sinonim pentru „empiric” – deci atunci când el exprimă impulsul de a căuta confirmarea prin fapte – îl folosim într-un sens larg. Nimic nu implică recurgerea la o anumită metodă. În schimb, atunci când acest termen face trimitere la un demers specific – metoda experimentală (experimentul) –, el este utilizat în sens strict.

2.1. Noțiunea de legătură cauzală

Noțiunea de legătură cauzală este rareori dezvoltată în introducerile în metoda experimentală. Totuși, definirea ei are consecințe directe asupra operațiilor necesare testării ipotezelor cauzale. Ea ne permite să înțelegem de ce experimentul este un instrument adecvat pentru verificarea lor.

Această noțiune se numără printre cele mai puțin clare. Problemele apar din aceea că ea nu este o noțiune logică propriu-zisă, ci una teoretică. Pentru a o defini sunt avansate trei condiții (exigențe) care trebuie satisfăcute pentru a putea vorbi despre existența unei legături cauzale între fenomene. Pentru a le înțelege, să admitem că avem de-a face cu două fenomene: unul simbolizat prin A, care este considerat drept cauza eventuală a celuilalt, simbolizat prin Y. Ce condiții trebuie satisfăcute pentru a putea afirma că A este o cauză a lui Y?

2.1.1. Apariția unuia dintre fenomene condiționează apariția celuilalt

Trebuie să ne asigurăm că apariția fenomenului A (aici, „cauza” eventuală) condiționează (antrenează, acționează asupra) apariția lui Y (aici, „efectul” eventual). Aceasta poate corespunde mai multor situații:

- A poate antrena Y ($A \rightarrow Y$);
- Y poate antrena A ($Y \rightarrow A$);
- A poate antrena pe Y care, la rândul său, poate acționa asupra lui A ($A \leftrightarrow Y$);

- A și Y pot fi amândouă determinate de un al treilea fenomen, Z, fără să existe o relație directă între A și Y:



Să luăm un exemplu simplu, dar foarte evocator, utilizat de Matalon (1988). S-a demonstrat efectul cancerigen al gudronului la șobolani. Se știe că fumul din țigări conține gudroane; prin urmare, se poate presupune că fumatul antrenează cancerul pulmonar. Totuși, este la fel de posibil ca nevoia de a fuma să fie antrenată chiar de către cancer, în forma sa primitivă, înainte de a putea fi depistat. În fine, este posibil ca atât cancerul, cât și dorința de a fuma să aibă o cauză comună, fără a avea însă vreo legătură directă. De exemplu, se poate ca o anumită trăsătură genetică să producă și cancerul, și dorința de a fuma.

Din toate aceste motive, simpla constatare a unei proporții mai ridicate de fumători printre persoanele afectate de cancerul pulmonar este departe de a fi suficientă pentru a concluziona că un fenomen îl antrenează (condiționează) pe celălalt.

2.1.2. Ordine temporală: apariția „cauzei” precede apariția „efectului”

Fenomenul considerat drept cauză (A) trebuie să preceadă apariția fenomenului considerat drept efectul său (Y). Pentru a putea stabili această succesiune în apariție și, mai ales, pentru a-i observa constanța, fenomenele trebuie să fie precis delimitate în timp.

Aceste două condiții constituie minimumul necesar pentru a defini o legătură causală. După unii filosofi și logicieni, ele sunt suficiente în sine și se rezumă în postulatul constanței succesiunii.

2.1.3. Fenomenul considerat drept „cauză” îl provoacă pe cel considerat drept „efect”

Cercetătorii mai apropiați de demersul experimental adaugă la cele două condiții precedente o condiție suplimentară, situată într-un plan mai degrabă practic (empiric) decât teoretic. Conform acesteia, simpla constatare a constanței în succesiunea de apariție a fenomenelor nu este suficientă pentru a putea afirma că acela care îl precede sistematic în timp pe celălalt este cauza acestuia. Mai trebuie ca el să îl provoace, să îl genereze, să îl

determine. Totuși, satisfacerea acestei cerințe necesită introducerea altor postulate, ca acela al izolării fenomenului considerat drept „cauză” și a celui considerat drept „efect”. Numai dacă sunt bine izolate (în sensul de „neamestecate cu altele”) aceste fenomene pot face obiectul unei manipulări sistematice. Altfel spus, variind prezența sau intensitatea celui considerat drept „cauză”, devine posibilă observarea eventualelor variații ale celui considerat drept „efect”. După cum vom vedea, această exigență este adesea foarte dificil de satisfăcut; pe măsură ce fenomenele sunt mai complexe, devin tot mai dificile izolarea și studierea sistematică a variațiilor lor. Din acest motiv, majoritatea cercetătorilor sunt foarte prudenți. Între a constata apariții și variații concomitente ale fenomenelor și a concluziona că unul dintre fenomene îl provoacă pe celălalt, drumul este lung și nesigur.

Să revenim la exemplul fumatului pentru a ilustra această dificultate. Este evident că indivizii sunt cei care aleg de bună voie dacă să fumeze sau nu. Astfel, fumătorii și nefumătorii pot diferi între ei și prin alte aspecte decât faptul de a fuma (de exemplu, constituția lor fizică, genetică, modul lor de viață, de lucru, de odihnă etc.). S-ar putea ca apariția cancerului să fie legată de aceste aspecte. Izolarea practicii fumatului ca unic aspect care diferențiază cele două grupuri este nu doar dificilă, ci și imposibilă din motive deontologice, la oameni. În schimb, se poate încerca acest lucru pe animale.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Pentru a înțelege mai bine ce înseamnă ca un fenomen să îl „provoace” pe celălalt, căutați alți termeni care să fie echivalenți cu acesta. În acest scop folosiți-vă de dicționare, dar și de diferite manuale de psihologie unde sunt prezentate ipotezele, rezultatele și concluziile unor studii experimentale.

2.2. Testarea unei legături cauzale

Întrebarea „de ce?” semnaleză faptul că se caută o explicație, o cauză pentru un efect observat. Ca răspuns la această întrebare se propune o ipoteză care, la fel ca oricare alta, se cere a fi verificată. Care sunt exigențele privind verificarea sa?

Să luăm drept exemplu cazul studenților care, ieșind de la un curs de metodologie experimentală, se plâng de dureri de cap. Să admitem că sesizarea acestui fapt ne intrigă până la a ne întreba ce anume ar fi putut să-l producă. Îl vom considera deci drept un *efect*, căruia dorim să-i oferim o *explicație*.

Să considerăm că răspunsul care ne vine în minte și la care aderăm este acela că durerile de cap ale studenților sunt provocate de *conținutul cursului* la care au asistat. Astfel, vom considera conținutul cursului predat (metodologie experimentală) drept *cauză ipotetică* a bolii.

Avem deci două fenomene:

- prezența unor dureri de cap la ieșirea de la curs;
- conținutul didactic al cursului (metoda experimentală).

Să emitem ipoteza existenței unei legături cauzale între ele.

Să mai precizăm, de asemenea, că prin „curs” nu înțelegem doar o ședință de activități, ci un ansamblu de 14 ședințe. Trebuie să efectuăm trei operații pentru a ne testa ipoteza, Ele se referă la cele trei condiții care definesc o legătură cauzală.

2.2.1. Atestarea faptului că aparițiile fenomenului considerat drept „cauză” sunt legate de cele ale fenomenului considerat drept „efect”

Această operație necesită verificarea faptului că apariția unuia dintre fenomene - cursurile de metodologie experimentală - („cauză”) precedă apariția celuilalt - durerile de cap ale studenților - („efect”). Pentru aceasta este suficient să studiem cocurența lor (frecvența aparițiilor lor împreună). S-ar putea ca durerea de cap a studenților să fi apărut o dată sau de două ori la ieșirea de la curs. Frecvența de apariție simultană a celor două fenomene este deci foarte redusă în raport cu ansamblul situațiilor pe care le luăm în calcul. În acest caz, ar fi mai înțelept să nu ne încăpățănăm în a ne menține ipoteza. Să admitem însă că durerea de cap apare la ieșirea de la 12 cursuri din 14, deci în marea majoritate a cazurilor. Această constatare în sine nu este suficientă pentru a ne verifica ipoteza, dar ne încurajează în menținerea ei. Deocamdată nu știm nimic despre natura sau sensul relației dintre cele două fenomene vizate. Ar fi posibil ca ambele să se datoreze intervenției unui al treilea factor. De exemplu, ar fi posibil ca atât suferința, cât și asistarea la curs să fie legate de un fenomen încă necunoscut, fără ca între ele să existe o legătură directă (vezi 2.1.1.). Relația dintre durerea de cap și conținutul cursului este atunci „falsă” sau „iluzorie”; de fapt, interpretarea este astfel.

2.2.2. Analiza ordinii temporale în apariția fenomenelor considerate drept „cauză” și „efect”

Această operație ne cere să ne asigurăm că întotdeauna cursurile de metodologie experimentală („cauză”) precedă durerea de cap a studenților („efect”) și că în nici un caz suferința nu precede activitatea de curs (altfel spus, că studenții nu au dureri de cap înainte de a veni la curs). Să admitem că nu există nici o îndoială în acest sens: înainte de a asista la ore, studenții nu se plâng de dureri de cap.

2.2.3. Eliminarea cauzelor concurente

Cea de-a treia operație corespunde ultimei exigențe impuse de definirea unei legături cauzale. Ea constă în a arăta că nici un alt fenomen, cu excepția celui considerat drept „cauză”, nu a putut provoca efectul observat. Teoretic vorbind, această operație nu are limite. Ea depinde în cea mai mare parte de nivelul de dezvoltare a cunoștințelor teoretice și metodologice din domeniul studiat. Această operație necesită o serie de comentarii suplimentare față de cele anterioare, întrucât este mai complexă. Totuși, ea nu va conduce *niciodată* la confirmarea definitivă a unei ipoteze cauzale. Aceasta va deveni doar mai mult sau mai puțin credibilă, probabilă.

Principalul mijloc de a spori credibilitatea unei ipoteze cauzale constă în a elimina și deci a infirma ipotezele concurente. La baza acestei operații stau schemele de eliminare elaborate de John Stuart Mill (1806-1873), filosof, logician și economist englez.

Întrebarea la care aceste scheme de eliminare permit găsirea unui răspuns este următoarea: dintre mai multe fenomene (evenimente, factori) A, B și C, care este cauza celui care ne interesează (în cazul acesta, Y)? Altfel spus, dintre cele trei ipoteze rezultante, care este cea bună?

Aceasta implică două lucruri:

1. să emitem câteva ipoteze concurente;
2. să ne așteptăm ca cel puțin una dintre ele să fie pertinentă, având șanse de a fi confirmată.

Aceste două aspecte presupun o bună cunoaștere a câmpului studiat și permit înțelegerea extraordinarei utilități a cercetării de documentare. Vom reveni asupra acestui subiect mai târziu.

Pentru a relua exemplul nostru, pare evident că trebuie să căutăm alte explicații, alte cauze ale durerii de cap a studenților decât conținutul

cursului predat (metodologie experimentală) simbolizat prin A. Știm că la originea unei dureri de cap poate sta o aerisire incorectă a sălii (situație destul de frecventă în cazul aulelor universitare). Ea va fi simbolizată prin B. Durerile de cap se mai pot datora lipsei somnului (se știe că studenții se culcă târziu și nu dorm niciodată suficient!). Această „cauză” va fi simbolizată prin C. Să admitem că avem motive serioase de a presupune că, deși toate cele trei „cauze” sunt pertinente, A este aceea care explică cel mai bine durerile de cap ale studenților.

Și totuși, atât fenomenul considerat drept cauză (A), cât și cele concurente (B și C) pot fi:

- o condiție suficientă pentru apariția efectului (Y);
- o condiție necesară;
- o condiție suficientă și necesară.

Ne putem deci aștepta la trei cazuri, deja menționate în secțiunea 2.1.1.:

1. A poate antrena pe Y, dar și B sau C pot să o facă ($A \rightarrow Y$; $B \rightarrow Y$; $C \rightarrow Y$);
2. Y poate antrena pe A, după cum poate antrena și pe B sau C ($Y \rightarrow A$; $Y \rightarrow B$; $Y \rightarrow C$);
3. A poate antrena pe Y care, la rândul său, poate acționa asupra lui A, fiind posibil, de asemenea, ca B să antreneze pe Y care, la rândul său, să acționeze asupra lui B sau ca C să antreneze pe Y care, la rândul său, să acționeze asupra lui C ($A \leftrightarrow Y$; $B \leftrightarrow Y$; $C \leftrightarrow Y$).

Ce înseamnă aceasta din punctul de vedere al testării ipotezei noastre?

Dacă formulăm ipoteza că A este o cauză a lui Y, în sensul unei condiții suficiente pentru apariția acestuia, atunci când A se produce, trebuie ca și Y să se producă ($A \rightarrow Y$). Este suficient deci ca A să se producă fără ca Y să apară ($A \rightarrow \text{non } Y$) pentru ca ipoteza să fie eliminată (vezi cazul nr. 1 de mai jos).

În cazul exemplului nostru, aceasta ar fi situația constatării faptului că studenții pot învăța metodologie experimentală fără a avea ulterior dureri de cap.

Același raționament este valabil și pentru ipotezele concurente, conform cărora atât B (aerisirea incorectă), cât și C (lipsa de somn) pot constitui cauze ale lui Y, adică o condiție suficientă pentru apariția sa.

Dacă formulăm ipoteza că A este o cauză a lui Y, în sensul unei condiții necesare pentru apariția acestuia, atunci când Y se produce, A ar trebui, de asemenea, să se producă ($Y \rightarrow A$). Este suficient deci ca Y să se producă

o dată, fără ca A să survină ($Y \rightarrow \text{non } A$), pentru ca noi să putem elimina ipoteza (vezi cazul nr. 2 de mai jos).

În situația exemplului nostru, aceasta ar însemna constatarea faptului că studenții pot avea dureri de cap fără a fi asistați la cursul de metodologie experimentală. La fel ca și mai înainte, același raționament este valabil pentru B și C – cauze ale lui Y, în sensul de condiții necesare apariției sale.

Cazul nr. 1. Asistența la un curs de metodologie experimentală nu este o condiție suficientă a durerilor de cap

	„Efect”: Prezența durerilor de cap la ieșirea de la curs (Y)	
„Cauză”: Curs de metodologie experimentală (A)	Se produce (Y)	Nu se produce (non Y)
Are loc (A)		XXX* (cauză prezentă, efect absent)
Nu are loc (non A)		

* XXX simbolizează ceea ce se produce (ceea ce observăm).

Cazul nr. 2. Asistența la un curs de metodologie experimentală nu este o condiție necesară a durerilor de cap

	„Efect”: Prezența durerilor de cap la ieșirea de la curs (Y)	
„Cauză”: Curs de metodologie experimentală (A)	Se produce (Y)	Nu se produce (non Y)
Are loc (A)		
Nu are loc (non A)	XXX* (cauză absentă, efect prezent)	

* XXX simbolizează ceea ce se produce (ceea ce observăm).

Devine evident faptul că, pentru a testa aceste ipoteze, trebuie găsite o serie de situații particulare – de exemplu, cele în care cursul se referă la metodologia experimentală și cele în care el se referă la ceva total diferit. Aceasta înseamnă a manipula (în sensul de „a face să varieze”) prezența sau absența unui factor – în cazul nostru, „conținutul didactic”.

Am văzut că reproducerea aceleiași operații pentru fiecare dintre „cauzele” posibile luate în calcul (deci B și C) este posibilă, dar neeconomică. John Stuart Mill (vezi *Logica inductivă și deductivă*, 1843) ne-a pus la dispoziție mijloace mai eficiente, propunându-ne două scheme de eliminare :

- schema unicei diferențe ;
- schema unicei asemănări.

Acestea corespund celor două cazuri pe care le-am descris anterior, cel în care A, care nu este decât una dintre cele trei „cauze”, este o condiție suficientă pentru apariția lui Y și cel în care este o condiție necesară.

Schema unicei diferențe impune existența a două situații. În prima, trebuie să fie produse toate cauzele eventuale luate în calcul. În cea de-a doua, numai una dintre ele nu se produce (vezi schema de mai jos). Cele două situații diferă numai prin acest aspect. Altfel spus, ceea ce variază între ele este doar prezența sau absența lui A.

	„Cauze” eventuale				Efect
Situația nr. 1	A	B	C	→	Y
Situația nr. 2	Non A	B	C	→	Non Y

În exemplul nostru, aceasta echivalează cu următoarele două situații :

1. Studenții asistă la cursul de metodologie experimentală (A), sala este incorect aerisită (B), nu au dormit destul (C), iar la ieșirea de la curs se plâng de dureri de cap (Y).
2. Studenții asistă la un curs, dar cursul nu este de metodologie experimentală (non A), sala este incorect aerisită (B), nu au dormit destul (C), iar la ieșirea de la aceste cursuri nu se plâng de dureri de cap (non Y).

Dacă așa ceva se întâmplă, știm că nici B și nici C nu sunt suficiente pentru ca Y să apară. În schimb, este foarte puțin probabil ca apariția lui A să fie suficientă pentru ca Y să se producă.

Schema unicei asemănări presupune existența unor situații în care unul dintre fenomenele considerate drept „cauză” este totdeauna prezent (vezi tabelul de mai jos).

	„Cauze” eventuale				Efect
Situația nr. 1	A	B	C	→	Y
Situația nr. 2	A	Non B	C	→	Y
Situația nr. 3	A	B	Non C	→	Y
Situația nr. 4	A	Non B	Non C	→	Y

În cazul exemplului nostru, aceasta s-ar traduce prin următoarele patru situații :

1. Studenții asistă la cursul de metodologie experimentală (A), sala este incorect aerisită (B), nu au dormit destul (C), iar la ieșirea de la curs se plâng de dureri de cap (Y).
2. Studenții asistă la cursul de metodologie experimentală (A), sala este corect aerisită (non B), nu au dormit destul (C), iar la ieșirea de la curs se plâng de dureri de cap (Y).
3. Studenții asistă la cursul de metodologie experimentală (A), sala este incorect aerisită (B), au dormit destul (non C), iar la ieșirea de la curs se plâng de dureri de cap (Y).
4. Studenții asistă la cursul de metodologie experimentală (A), sala este corect aerisită (non B), au dormit destul (non C), iar la ieșirea de la curs se plâng de dureri de cap (Y).

Dacă survine o asemenea situație, atunci fenomenele considerate drept cauze ale lui Y, dar care nu au apărut în mod sistematic împreună cu el (B și C), nu sunt necesare pentru apariția lui Y. Doar fenomenul A este acceptabil.

Schema unicei diferențe și cea a unicei asemănări permit eliminarea unora dintre ipoteze. Cele care ies „néatinse” din această probă vor câștiga credibilitate suplimentară. Alegerea schemei de eliminare depinde de tipul de ipoteză cauzală. Atunci când credem că fenomenul considerat drept „cauză” este o condiție suficientă pentru apariția celui considerat drept „efect”, aplicarea schemei unicei diferențe pare mai adecvată. Atunci când considerăm acest fenomen drept o condiție necesară, mai potrivită este schema unicei asemănări. Vom vedea că, în psihologia socială, majoritatea studiilor experimentale se sprijină pe logica schemei unicei diferențe.

La nivel general, schemele lui Mill nu sunt decât scheme de raționament care ne informează asupra concluziilor logice extrase din rezultatele operațiunilor noastre. Din acest punct de vedere, justetea concluziilor noastre este legată de justetea raționamentului nostru.

Este evident totuși că acest efort al cărui obiectiv este eliminarea ipotezelor concurente nu are sens decât dacă ele sunt pertinente, fondate. Or, aceasta nu mai depinde de schema de raționament, ci de cunoștințele noastre privind problematica studiată. Aceste cunoștințe ghidează atât formularea, cât și alegerea ipotezelor. Mill însuși a insistat mult asupra faptului că aceste scheme de eliminare nu pot fi utilizate în mod mecanic. Aplicarea lor necesită o reflecție și o muncă teoretică prealabilă (vezi chenarul 2).

▲ 2. Importanța teoriei în experimentare

Pentru a ilustra importanța teoriei în experimentare, să luăm un exemplu pe care l-a imaginat Thom pentru a ridiculiza recurgerea la experiment în afara oricărui cadru teoretic (citată după Matalon, 1988).

Un om se plimbă pe o stradă, trecând peste un pod. O mașină trece pe pod și îl agață pe trecător. Acesta din urmă cade și moare. Experimentatorul recrează această situație, dar distruge podul înainte ca mașina să intre pe pod. Trecătorul este salvat, iar experimentatorul trage concluzia că podul este cauza morții: trecătorul moare în prezența podului și nu moare în absența lui.

Absurditatea acestui demers este evidentă, chiar dacă raționamentul se desfășoară în conformitate cu schema unicei diferențe. Șocul cauzat de mașină pare a fi un element mult mai pertinent pentru studiu decât prezența podului. Ignorarea sa este o eroare. Ignorarea podului este însă tot o eroare, el făcând parte din condițiile de producere a accidentului. Referitor la acest exemplu, Matalon (1988) remarcă faptul că atitudinea cercetătorului va depinde de interesele sale. Dacă el caută mecanisme fundamentale, se va interesa mai ales de mașină. Totuși, el nu va putea face acest lucru decât dacă va dispune de o teorie care să-i sugereze importanța acesteia. În schimb, dacă cercetătorul dorește să înțeleagă situațiile reale pentru a acționa asupra lor, el va fi interesat de condițiile în care s-a produs accidentul. Podul, viteza mașinii fac parte dintre aceste condiții, dar nu joacă același rol.

Totuși, independent de interesele lor specifice, cercetătorii recunosc, în general, intervenția „cauzalităților complexe”. Într-un limbaj mai puțin tehnic, înseamnă că ei acceptă principiul conform căruia nu numai că diferite cauze (factori) pot produce același fenomen, dar producerea acestuia poate necesita apariția unor relații multiple între aceste cauze diferite. Recurgerea la teorie ajută la conceperea acestei complexități. Teoria aduce o structură ideilor și/sau cunoștințelor și, prin urmare, facilitează organizarea sistematică a testării lor, a obținerii dovezii.

2.3. Experimentul

Din toată această discuție asupra testării ipotezelor cauzale rezultă că ideală ar fi o combinație de fenomene care să corespundă perfect schemelor lui Mill și care să se producă sub ochii noștri. Din păcate, după cum remarca el însuși, natura nu ne face decât rareori acest serviciu, fiind ea însăși condusă de alte principii decât cele ce facilitează cercetările noastre. Situațiile naturale sunt complexe. Ele se aseamănă și se deosebesc sub prea multe aspecte simultan pentru a putea stabili partea de cauzalitate ce revine fiecăruia dintre acestea. În plus, fenomenele se produc adesea în relație unele cu altele, astfel încât este ușor să considerăm drept efecte proprii efectele fenomenelor însoțitoare. Pentru a depăși aceste dificultăți, adesea trebuie să creăm „artificial” combinațiile necesare testării ipotezelor noastre și, deci, să recurgem la experimentare.

În cazul exemplului nostru, aceasta înseamnă, după cum am sugerat deja, să procedăm astfel:

- să înlocuim cursul de metodologie experimentală (A) cu un alt curs (non A);
- să instalăm într-o sală de curs incorect aerisită (B) un sistem de aerisire eficace (non B);
- în fine, să-i convingem pe studenții care se culcă târziu și nu dorm suficient (C) să se culce mai devreme și să doarmă o perioadă mai îndelungată (non C).

În acest mod, experimentarea justifică intervenția cercetătorului în mediul obișnuit. Această intervenție trebuie să fie întotdeauna subordonată principiilor etice (vezi codul deontologic în anexă) și să fie fundamentată teoretic.

Totuși, nimic nu împiedică un cercetător să profite de circumstanțele favorabile realizării studiului său. În cazul exemplului nostru, printr-o întâmplare norocoasă, este posibil ca în cursul unei renovări a clădirilor universitare să se instaleze un sistem de aerisire eficace într-o sală de curs. Totuși, dacă acest eveniment modifică mediul și provoacă anumite consecințe, experimentarea apare din momentul în care devine o condiție de verificare a unei ipoteze.

Într-un plan mai general, experimentarea se caracterizează prin trei aspecte²:

2. Unii cercetători menționează doar două aspecte: intervenția și planificarea. Ei includ în categoria „planificare” controlul și observația (vezi Matalon, 1988).

- intervenția ;
- controlul ;
- observația.

Absența unuia dintre aceste trei elemente face experimentarea imposibilă sau fără sens.

Să analizăm, foarte sumar, fiecare dintre aceste trei elemente.

Intervenția constă în a introduce modificări (factori) ale căror consecințe dorim să le evaluăm. Altfel spus, ea se rezumă la a produce stimuli (termen folosit aici în sensul său larg) presupuși a provoca o anumită reacție.

► **E RÂNDUL VOSTRU :** Pornind de la exemplul privind eventualele cauze ale migrenelor studenților ce urmează cursul de metodologie experimentală, enumerați „stimulii (factorii) experimentali”.

Controlul are drept obiectiv atribuirea, cât mai fidelă posibil, a reacțiilor observate către stimulii prezenți. El constă în a crea situații (condiții) comparabile cu cele în care intervin stimulii. Regula cea mai simplă presupune crearea de situații în care „toate celelalte sunt identice”, adică situații caracterizate prin absența unui unic stimul. Se întâmplă adesea ca experimentul să aibă drept obiectiv compararea impactului mai multor stimuli diferiți. În acest caz, condițiile experimentale în care aceștia sunt prezentați servesc drept condiții de control una pentru cealaltă. Principiul controlului cere ca toți ceilalți stimuli (factori), cu excepția celor care fac obiectul manipulării, să fie „uniformizați”. Conform postulatului unicele diferențe, dar și celui al unicele asemănări, fiecare factor ce scapă controlului constituie o sursă potențială a efectelor observate și deci o cauză concurrentă. Printre acești stimuli (factori) pot fi distinși :

- factorii controlați, care nu fac obiectul manipulării, dar care sunt stăpâniți suficient pentru a li se fixa valoarea sau starea menținând-o constantă (aceeași) în toate condițiile. Atunci când valoarea unui asemenea factor este aceeași (constantă) în toate situațiile, este de la sine înțeles că acestea nu diferă din acest punct de vedere.
- factorii liberi, pe care nu căutăm sau nu putem să-i stăpânim și care variază deci în mod „liber” (fără ca experimentatorul să intervină) de la o condiție la alta. Pentru a depăși inconvenientele legate de prezența acestora, se utilizează randomizarea. Această tehnică are drept obiectiv echilibrarea tuturor condițiilor din punctul de vedere al acestor factori liberi prin repartizarea aleatorie a subiecților în fiecare condiție. Astfel, singurele diferențe posibile sunt fluctuațiile statistice, de care țin cont testele statistice. Nu este necesar să știm care sunt acești factori și dacă

ei nu riscă să altereze rezultatele. Randomizarea face ca toți factorii necontrolați să fie echilibrați.

Se subînțelege că un control total este imposibil. El poate fi doar mai mult sau mai puțin important. Pentru a evalua calitatea controlului, cercetătorii dispun de mai multe mijloace. Vom evoca două dintre acestea.

Primul constă în a supune proiectele sau proiectul și/sau studiile experimentale criticilor altor cercetători (de unde interesul echipelor de cercetare, al manifestărilor științifice). Al doilea, mai rar, constă în a reaplica studii deja făcute. Contrar afirmațiilor pe care le auzim adesea, nu replicile identice sunt cele care prezintă un interes mai mare, ci acelea în care se introduc unele modificări (diferențe). Dacă, în ciuda prezenței acestora, se obțin aceleași efecte, aceasta înseamnă că modificările nu sunt suficiente pentru a le provoca.

► **E RÂNDUL VOSTRU :** Pornind de la același exemplu privind durerile de cap ale studenților, indicați condițiile de control din cadrul schemelor unicele asemănări și a unicele diferențe. Analizați și enumerați ceilalți stimuli (factori) care trebuie să fie controlați.

Observația (în sensul larg al cuvântului), al treilea element al unei experimentări, are drept obiectiv să reperateze și să înregistreze reacțiile la stimulii experimentali. Altfel spus, ea stă la baza măsurării efectelor provocate de schimbările (variațiile) introduse.

► **E RÂNDUL VOSTRU :** Imaginați-vă cum ați putea evidenția și înregistra reacțiile studenților la ieșirea de la cursurile de metodologie experimentală. Cum putem afla dacă îi doare sau nu capul ?

Pentru a încheia această scurtă prezentare a experimentării, vom face două observații.

Prima se referă la noile tehnici care permit rezolvarea unor probleme mult mai complexe decât cele descrise prin schemele de eliminare ale lui Mill. Ele fac posibil calculul părții ce revine mai multor factori care intervin simultan, a efectelor lor conjugate, permițând și estimarea părții care rămâne neexplicată (nedeterminată). Aceste tehnici constituie un progres, dar păstrează același obiectiv : testarea ipotezelor cauzale.

A doua observație este mai generală și se rezumă la a reaminti faptul că experimentarea este un demers și nu o tehnică, cum ar fi, de exemplu, ancheta sau observația participativă. Ea este, înainte de toate, o manieră de a gândi și de a proceda. Desigur, este restrictivă, are limitele sale, dar ne permite lărgirea comprehensiunii asupra fenomenelor și situațiilor complexe, întrucât impune anumite constrângeri.

▲ 3. Scurt istoric al experimentării

Experimentarea, ca și abstracția teoretică, constituie unul dintre principalii stâlpi ai progresului științific.

Fizica a fost prima care a profitat de avantajele ei. În secolul al XVII-lea, în mare parte datorită lui Galileo Galilei (1564-1642), ea se separă de bunul simț și de așa-zisa experimentare „naivă”. Fizicienii încep să conceapă modele teoretice (ipotetice). Aceste modele sunt încă destul de simple. Ele se referă doar la relațiile dintre un număr limitat de factori, dar prezintă un avantaj major. Testarea lor devine posibilă. Dat fiind numărul limitat de factori, aceștia pot fi izolați (identificați), puși în relație în condiții simplificate și controlate; de asemenea, se pot studia și compara consecințele cu predicțiile oferite de modele.

Un secol mai târziu, experimentarea este introdusă în chimie. Datorăm acest lucru lui Antoine Laurent de Lavoisier (1743-1794). Predecesorii săi experimentează „pentru a vedea”, la întâmplare. Ideea că experimentarea poate fi ghidată de ipoteze precise (modele teoretice) li se pare absurdă. Lavoisier susține și demonstrează contrariul.

Claude Bernard (1813-1878) introduce experimentarea în științele biologice și medicale, arătând că utilizarea acestei metode asupra organismelor vii, și deci complexe, nu este imposibilă, ci doar mai dificilă.

Progresul pe care aceste științe îl datorează experimentării a condus la unele exagerări care, pentru o perioadă, au făcut ca aceasta să fie considerată unica modalitate de a face ca unele discipline mai puțin dezvoltate să devină științifice. Aceleași exagerări au dus, de asemenea, la respingerea a numeroase teorii sau modele pentru care nu existau verificări experimentale. Este cazul teoriei evoluției speciilor a lui Darwin (1809-1882), sau mai recent, al teoriei lui Oparin (1894-1980) asupra originilor vieții.

Au fost necesare multe eforturi pentru a convinge cercetătorii de fapt că nu este întotdeauna necesar a recurge la experimentare pentru a obține rezultate demne de încredere. Caracterul controlat și sistematic al unui studiu constituie principala sa calitate. Studiile metodologice au adus dovezi suplimentare, arătând că experimentarea în sine nu conduce în mod necesar la cunoștințe fiabile și valide. Ea necesită, la fel ca și alte metode, o teorie solidă, ingeniozitate în alegerea procedurii și instrumente de măsură bune. Experimentarea în științele sociale a apărut mai târziu, chiar dacă a avut precursori iluștri. Sub impulsul lui Pierre Simon de Laplace (1749-1827), acest demers s-a dezvoltat în a doua jumătate a secolului al XIX-lea. Studiile de psihofiziologie conduse de Weber și Fechner, cele asupra memoriei și emoțiilor, realizate în laboratorul lui Wundt, constituie exemple în aceste sens.

În cazul psihologiei sociale, primele experimente s-au referit la efectul prezenței celorlalți, funcționarea grupurilor mici și rezolvarea conflictelor. Acestea din urmă, conduse de Sherif și echipa sa, se numără printre primele experimentări de teren, alături de cele efectuate la Hawthorne de echipa lui Elton Mayo. Ele au permis, de asemenea, evidențierea efectelor pe care le poate avea experimentarea ca intervenție asupra funcționării participanților. Programul experimental asupra funcționării grupurilor, conceput de Lewin și echipa sa, a fost, probabil, cel care a introdus definitiv metoda experimentală în științele sociale. Din păcate, și aici introducerea ei a condus la câteva exagerări.

2.4. Câteva noțiuni metodologice utile pentru continuarea lecturii

Pentru a putea continua cu ușurință lectura celorlalte părți ale prezentei lucrări, este necesar să cunoaștem semnificația unor noțiuni metodologice. Deși termenii folosiți diferă uneori de la un autor la altul, sensul lor general rămâne același. Vom prezenta câteva asemenea noțiuni, care par a fi deosebit de pertinente.

- *Variabilă independentă (factor experimental)*: factor (stimul experimental) ale cărui efecte dorim să le observăm. Aleasă de către experimentator și menționată în ipoteză, variabila independentă corespunde unei „cauze”. Principiul controlului experimental, care conduce la crearea unor condiții perfect comparabile cu cele în care este introdus stimulul, face ca ea să aibă cel puțin două modalități (stări – de exemplu, prezența stimulului și absența lui). Totuși, se întâmplă adesea ca numărul acestor modalități (adesea numite „niveluri”) să fie mai mare decât doi. Pot fi distinse variabilele *provocate* pe care experimentatorul le poate provoca sau varia după necesitățile studiului său (distanța dintre autoritate și executantul ordinelor sale, tipul și volumul de informații oferite despre o anumită persoană etc.) și variabilele *invocate* pe care experimentatorul nu poate decât să le aleagă (sex, vârstă, naționalitate etc.).
- *Variabilă dependentă*: reacții observate ca urmare a introducerii unui factor (stimul experimental). Această variabilă este menționată în ipoteză în calitate de efect așteptat. Variațiile sale de la un subiect la altul, de la o condiție (observație) la alta, fac obiectul unor înregistrări, al unor măsurări și apoi al unor analize statistice.

- *Variabilă (factor) controlată*: factor care, în sine, ar putea fi pertinent în explicarea fenomenului studiat, dar care nu face obiectul manipulării (în sensul de variație sistematică). Efectul eventual este neutralizat prin menținerea constantă în toate condițiile (de exemplu, păstrând doar una dintre modalitățile sale). Uneori, atunci când este vorba despre ordinea prezentării unor stimuli, controlul constă în a contrabalansa toate modalitățile (ordini posibile), astfel încât ele să fie prezente în mod egal în toate condițiile.
- *Factor liber*: factor pe care nu încercăm sau nu putem să îl controlăm și care, prin urmare, variază „liber” (fără ca experimentatorul să intervină) de la o condiție la alta. Efectul său poate fi echilibrat în toate condițiile experimentale prin repartizarea aleatorie a subiecților. Astfel, doar diferențele datorate fluctuațiilor statistice (diferențe luate în calcul de testele statistice) se numără printre condiții.
- *Plan (schemă) experimental*: descriere, adesea simbolică sau schematică, a ansamblului condițiilor luate în calcul într-o experimentare, rezultând din combinarea (încrucișarea) tuturor variabilelor independente (a factorilor) și a modalităților lor respective.
- *Procedură experimentală*: descrierea mai mult sau mai puțin detaliată a tuturor sarcinilor propuse subiecților, a tuturor intervențiilor experimentatorului, a apariției lor succesive și a condițiilor în care s-a desfășurat experimentul.
- *Material experimental*: ansamblul suporturilor materiale necesare pentru realizarea unui experiment, adesea dictate de operaționalizarea variabilelor.
- *Operaționalizarea*: indicator(i) pe care experimentatorul îl(ii) utilizează pentru a evidenția (provoca, observa sau măsura) fenomenul(ele) studiat(e). Astfel, atât variabilele independente, cât și cele dependente fac obiectul unei operaționalizări. De exemplu, dacă experimentatorul se interesează de efectele stărilor emoționale asupra judecăților privind persoanele, el trebuie să producă diferite stări emoționale. Pentru a provoca tristețea, el le poate cere subiecților să-și amintească sau să descrie un eveniment deosebit de trist din viața lor. Pentru a ști cum anume percep subiecții aceste persoane în diferitele stări emoționale pe care el le-a provocat, experimentatorul le poate cere să-și exprime impresiile în mod liber, să aleagă de pe o listă caracteristicile care le descriu cel mai bine sau chiar să le evalueze pe scale.

- *Debriefing*: ședință ce are loc după terminarea experimentului, în cadrul căreia experimentatorul le dezvăluie subiecților obiectivele studiului său (obiective ce nu sunt întotdeauna explicitate înaintea derulării), furnizează toate explicațiile necesare privind procedura și materialele utilizate. Această procedură, fondată pe deontologia experimentală, este obligatorie. Subiecții sunt liberi să decidă dacă acceptă sau nu, ca urmare a acestor revelații, să pună rezultatele la dispoziția experimentatorului.

PARTEA ÎNȚAI

INFLUENȚA SOCIALĂ

Această parte a manualului de față este consacrată unei teme majore din cadrul psihologiei sociale: influența socială.

Ușor, dar, în același timp, dificil de observat în viața de zi cu zi, influența socială are multiple fațete și rațiuni de a fi. A face din ea obiectul unor experimente reprezintă adesea o adevărată provocare. Reluată de mii de multe generații de cercetători, această provocare a adus psihologiei sociale unele dintre cele mai frumoase experimente ale sale. Chiar dacă unele datează de mai bine de 60 de ani, ingeniozitatea și actualitatea lor rămân intacte. Înainte de a le prezenta și de a le comenta, ne vom opri asupra câtorva noțiuni generale.

Influența socială poate avea loc în toate situațiile în care sunt prezente trei elemente:

- *două entități sociale* (de exemplu, două persoane, două grupuri sau o persoană și un grup), dintre care una este ținta, iar cealaltă - sursa influenței;
- *un obiect* față de care cele două entități reacționează (de exemplu, exprimând o opinie, o evaluare, propunând o explicație, o soluție sau manifestând un comportament).

Studiile asupra influenței sociale au drept obiectiv principal să înțeleagă modul în care reacțiile referitoare la un obiect *se modifică* în funcție de *relațiile sociale* care unesc cele două entități sociale: ținta și sursa de influență.

Astfel, pentru a putea considera procesele care fac atât indivizii, cât și grupurile să-și formeze, să-și mențină, să propage, dar și să-și modifice modul de a gândi și acționa drept procese de influență socială, trebuie ca ele să se producă în cadrul *interacțiunilor sociale*¹.

1. Prezența unei relații sociale între țintă și sursa de influență este unul dintre elementele care permit diferențierea influenței sociale *stricto sensu* de persuasiune. În cazul acesteia din urmă, modificarea reacției față de un obiect poate fi obținută prin efectul sursei mesajului, al formei, canalului sau destinatarului său, fără ca ținta și sursa să interacționeze.

Procesele de interacțiune socială pot conduce la :

- *normalizare*, care ne informează despre modul în care ajungem să stabilim norme sau repere ;
- *conformism*, care ilustrează impactul pe care o majoritate (o normă dominantă) îl poate avea asupra noastră ;
- *inovație*, care arată că influența nu este domeniul exclusiv al majorității și că o minoritate poate constitui o potențială sursă de schimbare.

Cercetările asupra influenței furnizează rezultate fascinante privind funcționarea noastră și ne oferă metode ingenioase pentru studiul ei. Capitolele următoare sunt destinate analizei acestor metode.

▲ 1. A acționa în funcție de ceilalți

Vi s-a întâmplat, fără îndoială, să spuneți sau să faceți lucruri care nu erau conforme convingerilor sau obiceiurilor voastre. Poate nici nu v-ați dat seama ; poate că v-a convenit ; poate ați avut impresia că sunteți manipulați. Oricare ar fi răspunsul, de ce ați procedat astfel ? Poate că v-ați aflat singuri în fața unui grup sau în fața cuiva a cărui autoritate sau competență o recunoșteți. Poate că ați dorit să fiți „bine văzuți” sau doar să respectați anumite reguli. Sau poate ați vrut doar să vă risipiți îndoielile...

Rășunile sunt multiple și variabile în funcție de situație. Totuși, aceste situații, oricât de diferite ar fi, au ceva în comun. Fie că acest „altul” este singular (o persoană) sau plural (un grup), că este prezent fizic sau doar simbolic (de exemplu, sub formă de norme, reguli, valori), noi acționăm înaintea lui și în funcție de el.

Capitolul 1

Formarea normelor

Cuprins

1. Studiul lui Sherif (1936) :	
ce facem într-o situație obiectiv nedefinită ?	37
1.1. Sarcina subiecților :	
estimarea amplitudinii unei mișcări iluzorii	37
1.2. Procedura și rezultatele : indiferent de ordinea	
și de tipul de aplicare, răspunsurile converg	38
1.3. Probleme metodologice	39
2. Ce este o normă ?	40
3. Care sunt mecanismele ce stau la baza formării normelor ?	43
3.1. Eliminarea incertitudinii	43
3.2. Respectarea tendinței centrale	43
3.3. Evitarea conflictului	43
4. Pe urmele lui Sherif : capacitatea grupurilor	
de a perpetua idei false	44
4.1. Procedură experimentală :	
transmiterea socială în miniatură	44
4.2. Rezultate : urmele trecutului	45

Obiective

După studiarea acestui capitol, studentul trebuie să fie capabil :

- să înțeleagă specificitatea proceselor de influență socială care conduc la formarea de norme ;
- să explice exigențele implicate de studiul formării normelor și să arate în ce mod studiul lui Sherif le satisface ;
- să definească o normă și să prezinte diferitele mecanisme ce stau la baza formării sale ;
- să explice cum anume este posibil studiul experimental al puterii grupurilor de a transmite idei false.

La un nivel foarte general, procesul de normalizare descrie modul în care se formează normele și reperatele utilizate în situațiile când acestea lipsesc parțial sau total. Acesta este adesea cazul situațiilor „noi”. Lipsa de repere care le caracterizează face ca asemenea situații să fie problematice și ambigue. Pentru a risipi ambiguitatea, apare nevoia de a introduce repere. În acest sens, una dintre metode constă în a stabili analogii între situațiile noi și cele ce există deja. Crearea acestor analogii permite extinderea normelor și reperelor caracteristice situațiilor deja cunoscute la cele care nu le sunt încă proprii, reducând astfel caracterul lor problematic și nesigur. Această manieră de creare a corespondențelor devine o tendință din ce în ce mai puternică. Ea a fost parțial responsabilă de dificultățile apărute în studiile asupra procesului de normalizare. Pentru a surprinde modul în care se creează aceste norme (și nu doar cum cele deja existente se adaptează la situațiile noi) se impunea crearea unor situații complet lipsite de norme, numite *de anomie* (vezi chenarul 2). Altfel spus, a apărut necesitatea de a utiliza situații obiectiv nedefinite, în care nici o analogie cu o altă situație oarecare deja existentă – și deci „normalizată” – nu putea fi stabilită.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Pentru a vă da seama de această dificultate, încercați să găsiți o situație de anomie. Aparent, dar numai aparent, orice situație „nouă” ar fi convenabilă.

▲ 2. O situație „nouă” nu este complet lipsită de norme

Actualitatea ne oferă un exemplu de situație „nouă”, cea a clonării! Ceea ce până nu de mult era considerat drept ficțiune devine realitate: s-a realizat prima clonare a unei oi pe nume Dolly.

Dacă ați urmărit discuțiile animate provocate de această descoperire v-ați dat seama, fără îndoială, că au fost dezbătute riscurile pe care ea le-ar putea prezenta: cum trebuie procedat pentru ca ea să nu încalce principiile noastre etice și morale? Apariția unei asemenea întrebări echivalează cu faptul că există un anumit număr de scheme și de norme care se pot aplica acestei situații, chiar dacă este nouă. Ele se referă la reproducerea speciilor, clonarea fiind doar o formă a ei. Tocmai pentru că apropierea dintre formele de reproducere deja existente și clonare a fost ușor de realizat, această situație nu poate fi considerată anomică și complet lipsită de repere.

Muzafer Sherif, marele psiholog social american de origine turcă, este în mod incontestabil precursorul studiilor asupra formării normelor. Ce situație a găsit el și cum a procedat pentru a studia normalizarea?

1. Studiul lui Sherif (1936): ce facem într-o situație obiectiv nedefinită?

În 1936, în teza sa consacrată studiului formării normelor, Sherif a ridicat două probleme:

- „Ce va face un individ aflat într-o situație obiectiv nedefinită în care nu există nici o bază de comparație, nici un cadru extern de referință? Va emite judecăți extravagante sau își va stabili un punct de referință?”
- „Ce va face un grup de persoane aflat în aceeași situație nedefinită? Vor stabili membrii săi un cadru de referință comun?”

Pentru a răspunde la aceste întrebări, el a decis să utilizeze în studiile sale *efectul autocinetic*. Acest efect descrie iluzia mișcării unui punct luminos care rămâne, de fapt, fix. Ea se produce atunci când privim acest punct în întuneric. După Sherif, efectul autocinetic permite crearea unei condiții în care subiectul este pus să emită o judecată într-o situație obiectiv nedefinită, deci lipsită de orice fel de reper.

▲ 3. Când numărarea devine imposibilă

Efectul autocinetic nu este singura situație folosită în studiile asupra normalizării. De exemplu, de Montmollin (1965) a prezentat subiecților, timp de 4 secunde, o planșă pe care figurau 80 pastile. Evident, este imposibil să le numeri pe toate într-un interval atât de scurt și să afli cu precizie numărul lor. Dacă nu sunteți convins de aceasta, verificați cât timp vă va trebui pentru a număra punctele de pe linia următoare:

.....

1.1. Sarcina subiecților: estimarea amplitudinii unei mișcări iluzorii

Sherif le-a cerut subiecților să estimeze în centimetri amplitudinea acestei mișcări iluzorii. Se înțelege că într-o cameră mare, complet obscură, ei nu

au nici un reper pentru a o face. Sunt deci într-o situație problematică, ambiguă și nesigură. Prin urmare, nu ne surprinde faptul că diferențele de estimare dintre indivizi sunt destul de ridicate. Dacă pentru unii punctul luminos nu se deplasează decât cu câțiva centimetri, pentru alții el atinge un metru sau mai mult. Un subiect l-a văzut deplasându-se cu mai mult de 25 de metri. De asemenea, nu e de mirare că același individ, în momente diferite, poate da estimări care variază între ele.

1.2. Procedura și rezultatele: indiferent de ordinea și tipul de aplicare, rezultatele converg

Puneți-vă în locul unui subiect care participă la studiul lui Sherif.

Este evident că în calitate de subiect „adevărat”, nu știți că există două variante, două condiții. Să o analizăm pe prima.

Sunteți anunțat că studiul se desfășoară în mai multe etape și că va trebui să veniți de patru ori. În prima zi, sunteți singur și indicați estimările după o serie de încercări. După prima încercare, decideți că punctul se deplasează cu 10 cm, după a doua – cu 12 cm, iar după a treia – cu 15 cm. La sfârșitul acestei prime zile, stabiliți o marjă de variație în interiorul căreia se situează estimările proprii. Să admitem că ele sunt în jur de 12 cm. Această valoare constituie răspunsul standard, pe care îl vom considera drept reperul propriu. A doua zi sunteți împreună cu alte două persoane care au fost, la rândul lor, subiecți în ziua precedentă. Procedura de aplicare rămâne aceeași cu excepția faptului că fiecare își indică estimările cu voce tare. Astfel, aflați în timpul primei aplicări că pentru unul din tovarășii voștri lumina s-a mișcat cu 3 cm, iar pentru celălalt – cu 5 cm. Să admitem că reperul vostru rămâne la 12 cm. Urmează încă două aplicări în această zi și câte trei în cele două zile rămase.

Dacă vă imaginați că fiecare subiect își va menține până la capăt estimarea și marja de variație, vă înșelați. Rezultatele – atât cele ale lui Sherif, cât și cele ale altor cercetători – arată că o normă, un reper de grup se formează. Astfel, atât estimările individuale, cât și marjele de variație sfârșesc prin a converge spre o normă și o marjă colective (vezi schemele 1, 2 și 3).

Imaginați-vă acum că participați la cealaltă condiție a aceluiași studiu. În prima zi nu sunteți singur, ci în prezența altor două persoane. Fiecare vede punctul luminos pentru prima oară. Vi se solicită estimările pe rând

și cu voce tare. Situația se repetă în zilele următoare. Nu e greu de ghicit că veți stabili o estimare colectivă și o marjă de variație. În a patra zi, vă așteptați să vă regăsiți colegii, dar sunteți singur. Ce estimări ale deplasării punctului luminos veți oferi? Care va fi marja de variație? Va fi ea diferită sau asemănătoare cu cea pe care ați stabilit-o împreună cu ceilalți? Ei nu mai sunt aici și puteți spune orice doriți.

Luând în considerare rezultatele obținute în repetate rânduri, cel mai probabil este că veți conserva estimarea (norma) și marja de variație ale grupului.

Înainte de a înțelege importanța acestor rezultate și de a le interpreta, ne vom opri puțin asupra acestui experiment.

1.3. Probleme metodologice

Ați remarcat deja că în acest studiu sunt manipulați cel puțin trei factori; putem deci considera că există trei variabile independente. Prima se referă la tipul de aplicare: individuală vs de grup; a doua este ordinea aplicării: se începe fie individual, fie în grup; a treia este numărul aplicării.

Aceasta sugerează faptul că Sherif, atunci când a formulat întrebarea referitoare la modul în care reacționează individul și grupurile într-o situație obiectiv nedefinită, bănuia deja că ei sfârșesc prin a stabili repere. În plus, analiza studiului său ne arată că el avea deja o idee cu privire la ceea ce determină formarea acestor repere. Din acest motiv el a testat efectul celor trei variabile. Avem deci de-a face cu un studiu experimental ghidat de ipoteze de natură cauzală.

De altfel, pornind de la prezentarea rezultatelor, putem trage cu ușurință concluzia că pentru a operaționaliza formarea unei norme, Sherif a introdus două variabile dependente. Una se referă la schimbarea opiniei, la estimarea deplasării punctului luminos. Cealaltă se referă la convergența dintre opinii, la amplitudinea (marja) variațiilor dintre opinii. În plus, Sherif a efectuat mai multe măsurări ale acestor variabile. Subiecții săi au participat la mai multe ședințe și au efectuat mai multe aplicări la fiecare ședință. În modul său de a operaționaliza norma, și deci în alegerea celor două variabile dependente, Sherif a rămas fidel definiției normei pe care o vom da în secțiunea următoare.

Deși nu s-a menționat acest lucru de la început, se înțelege că numărul de aplicări pentru fiecare ședință a fost întotdeauna același, indiferent de

tipul sau ordinea aplicărilor. De asemenea, independent de ordinea aplicărilor, există trei ședințe de grup și una individuală.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** De ce numărul de încercări și numărul de ședințe în grup și individuale sunt menținute constante? Pentru a răspunde la această întrebare, amintiți-vă de necesitatea controlului.

2. Ce este o normă?

Pentru Sherif, norma corespunde unei scale de referință sau de evaluare care, prin prescripțiile sau interdicțiile sale, definește o marjă de comportamente, atitudini și opinii mai mult sau mai puțin admise.

Pentru a înțelege mai bine această definiție, vom analiza exemplul unei norme sociale cu care avem de-a face în fiecare zi: punctualitatea la întâlniri. După cum știm, atât în comportamentul nostru, cât și în cel al altora există o marjă de variație. Dacă se întâmplă ca uneori să fim punctuali, există și situații în care ajungem cu câteva minute înainte sau în întârziere. Această situație este mai mult sau mai puțin acceptabilă, pentru noi înșine sau pentru ceilalți. Astfel, în majoritatea cazurilor, o întârziere de 5 minute este ușor de tolerat, una de un sfert de oră se află la limita politeții, în timp ce o întârziere de o oră sau mai mult este de neiertat (poate fi acceptată doar cu condiția anunțării ei sau a unui motiv valabil). Se subînțelege faptul că întârzierile repetate pot să ne creeze probleme și că în anumite situații nici o abatere de la ora fixată nu este tolerată.

Pe scurt, dacă în opinia lui Sherif norma poate fi individuală (proprie) sau colectivă (împărtășită cu alții), ea poate sau nu să aibă o marjă de variație, iar nerespectarea ei poate sau nu să implice o sancțiune reală sau simbolică.

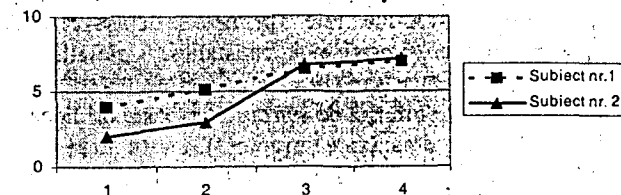
Ideea unei norme individuale a făcut obiectul multor discuții. Pentru unii cercetători, cum ar fi Newcomb și colegii săi (1970), noțiunea de normă implică necesitatea unei împărtășiri sociale. De aceea, norma nu poate fi decât colectivă. În schimb, individul își poate elabora propriile repere care îl conduc la o anumită stabilitate a reacțiilor.

Rezultatele obținute de Sherif permit, de asemenea, identificarea a trei mari grupuri de norme colective (vezi schemele de mai jos):

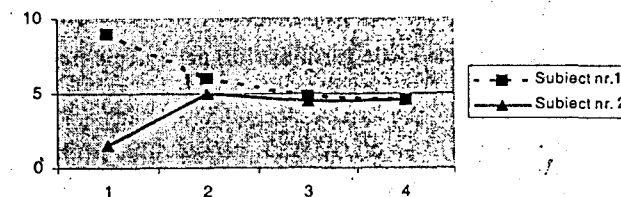
– cele care reflectă o convergență spre răspunsul mediu, fără a se reduce neapărat la el (schema 1);

- cele care corespund unei convergențe spre răspunsul unui anumit individ (schema 2);
- cele care traduc o convergență spre un răspuns original (diferit) în raport cu răspunsurile individuale (schema 3).

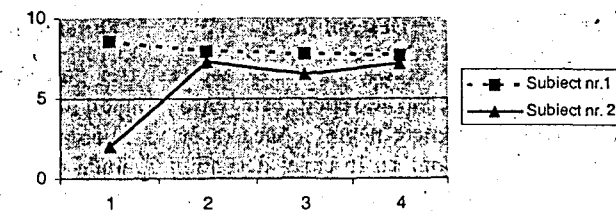
Schema 1: Convergența spre răspunsul mediu



Schema 2: Influența unui subiect



Schema 3: Răspuns original



Aceste trei tipuri de norme formate într-o situație de grup ilustrează o idee gestaltistă la care aderau atât Sherif, cât și alți psihologi sociali: grupul este mai mult decât o simplă sumă de indivizi (vezi chenarul 4). Din lucrul în grup rezultă calități noi, supraindividuale.

▲ 4. Principalele teze ale psihologiei gestaltiste

Curentul psihologiei gestaltiste, fondat în anii '20 la Berlin, a influențat numeroși cercetători în psihologie socială, printre care Sherif și Asch. Iată principalele sale postulate:

1. Cunoaștem lumea prin intermediul unor forme semnificative și nu cu ajutorul senzațiilor elementare nediferențiate, organizate ulterior de creier.
2. Există forme „bune” și forme „rele” (primele se detașează cu ușurință de fundal, sunt simple, simetrice și constante; celelalte sunt mai complexe, asimetrice și sunt subordonate primelor).
3. Percepția unui tot este diferită de senzațiile evocate de fiecare dintre elementele sale: fiind o organizare (structură), un tot nu se reduce la o juxtapunere de elemente, ci posedă o calitate ce nu se regăsește în nici unul dintre elementele constituente.
4. Unitățile de percepție nu sunt constituite din senzații, ci din forme globale (*gestalt*).
5. Percepția nu este produsul unei învățări, ci un proces de organizare perceptivă (de structurare).

Pentru a înțelege mai bine ideile gestaltiștilor, priviți cele trei desene de mai jos:

Desenul nr. 1

Desenul nr. 2

Desenul nr. 3

În fiecare dintre aceste desene figurează aceleași trei puncte negre. Totuși, dacă sunteți întrebați ce vedeți, este puțin probabil să răspundeți de fiecare dată „trei puncte negre”. Aceasta se va întâmpla poate în cazul desenelor 1 și 3, dar nu în cazul desenului 2, unde de obicei se vede „un triunghi”. Acest triunghi este o formă „bună” simplă, simetrică și se detașează cu multă ușurință de fundal. Odată reperată datorită procesului de organizare perceptivă, această formă „bună” devine o structură care posedă o calitate care nu se regăsește în nici unul dintre elementele sale. Remarcați că și în desenele 1 și 3 am putea identifica triunghiuri, dar cu mai multă dificultate decât în desenul 2. Aceste triunghiuri se detașează mai dificil de fundal. Cu toate acestea, noi le percepem pentru că sunt subordonate unei forme „bune” – cea a triunghiului ce figurează în desenul 2.

Pe scurt, gestaltiștii susțin că modul în care sunt prelucrate părțile depinde de prelucrarea ansamblului.

3. Care sunt mecanismele ce stau la baza formării normelor?

Această întrebare trimite la interpretarea rezultatelor obținute de Sherif, care au generat trei explicații diferite, dar complementare. Dacă primele două pun accentul pe individ și procesele *intra-individuale*, ultima are în vedere *relațiile dintre indivizi (interindividuale)*.

3.1. Eliminarea incertitudinii

În opinia lui Sherif, subiectul fără experiență încearcă să găsească un cadru de referință pentru a-și risipi incertitudinea. Prin urmare, el este atent la toate informațiile care îi permit acest lucru. Printre acestea, estimările făcute de ceilalți sunt deosebit de pertinente.

3.2. Respectarea tendinței centrale

Pentru de Montmollin (1965, 1966) și Flament (1958), subiectul este atent la distribuția estimărilor propuse de ceilalți. El încearcă să reperate tendința centrală (medie, modul), pentru a elimina estimările ce diferă mult de aceasta. În spatele acestei propensiuni se poate ascunde ideea că tendința centrală reflectă un acord, o poziție sau o opinie relativ consensuală care poate reprezenta un punct de sprijin sau chiar un reper.

3.3. Evitarea conflictului

După Allport (1962), lucrul în grup face să apară divergențe în reacții (aici, în estimări). Menținerea acestor divergențe poate genera un eventual conflict pe care indivizii tind să-l evite prin concesii reciproce. Elaborarea unui răspuns comun este deci posibilă dacă toți membrii unui grup acceptă să facă concesii.

Moscovici (1985) remarcă faptul că această convergență spre o opinie comună face obiectul unui fel de negociere tacită și că ea evoluează în funcție de concesii care trebuie să fie echivalente și reciproce. Ea depinde

ASCH
43
SHERIF
LUCAS
P. L. ASCH

deci de importanța pe care fiecare individ o acordă opiniei sale, de interesul, de angajamentul său, dar și de egalitatea statutului membrilor grupului.

Crearea unei norme permite deci evitarea conflictului prin gestionarea divergențelor inițiale. Experimentul lui Sherif ne arată că ea apare chiar și într-o situație de *interacțiune minimă*.

4. Pe urmele lui Sherif: capacitatea grupurilor de a perpetua idei false

Experimentul lui Sherif pe care l-am analizat a generat numeroase reflecții asupra funcțiilor normelor sociale, dar și asupra puterii grupului. Unii cercetători, în special Jacobs și Campbell (1961), au fost deosebit de interesați de capacitatea grupurilor (a culturilor) de a perpetua idei false. Să ne amintim că estimarea stabilită de grupuri în experimentul lui Sherif este falsă, întrucât punctul luminos nu se deplasează, iar mișcarea lui este doar o iluzie.

Cei doi cercetători au preluat procedura experimentală a lui Sherif: subiecții lor au fost supuși efectului autocinetic și au avut de estimat deplasarea punctului luminos. Aplicarea a fost întotdeauna colectivă, întrucât ea trebuia să corespundă ambițiosului obiectiv al lui Jacobs și Campbell. Ei doreau să reproducă într-un laborator procesul de transmisie socială.

4.1. Procedură experimentală: transmiterea socială în miniatură

Imaginați-vă că ați acceptat să participați la experimentul lui Jacobs și Campbell. Ajungeți în laborator, unde întâlniți alte trei persoane care așteaptă și ele începutul studiului. De fapt, aceste persoane sunt complici ai experimentatorului, fapt pe care îl ignorați. La cererea experimentatorului, complicii dau în mod sistematic o evaluare exagerată a deplasării punctului luminos, foarte diferită de a voastră. Răspunsul colectiv la care grupul ajunge este, prin urmare, la fel de exagerat. După circa 20 de aplicări, unul dintre complici pleacă din sală și este înlocuit de un alt subiect la fel de naiv (real, neinformați) ca și voi.

Prin urmare, avem de-a face cu *a doua „generație”* a acestui grup (vezi schema 4 de mai jos). Acum există doi subiecți naivi și doi complici, trei

membrii „vechi” și unul „nou”. Complicii oferă sistematic estimări exagerate, la fel fiind și răspunsul colectiv. Odată terminată seria de aplicări, un alt complice părăsește sala și este înlocuit de un alt subiect naiv.

Apare deci cea de-a *treia „generație”* a grupului. De data aceasta el cuprinde trei subiecți naivi și un complice care continuă să dea estimări exagerate. Ca și în generația precedentă, există trei membri „vechi” și unul „nou”. Răspunsul colectiv rămâne exagerat. Atunci când se termină aplicările acestei serii, ultimul complice pleacă și este înlocuit de un alt subiect naiv.

De data aceasta, la *a patra „generație”* nu mai există decât subiecți naivi, dar tot trei membri „vechi” și unul „nou”. Ce răspuns vor da ei? Mai moderat sau la fel de exagerat ca și în prezența complicilor?

Schema nr. 4. Schema transmisiei între diferite generații ale grupului (după Jacobs și Campbell, 1961)

Generația I	C1	C2	C3	S1			
Generația a II-a		C2	C3	S1	S2		
Generația a III-a			C3	S1	S2	S3	
Generația a IV-a				S1	S2	S3	S4

Litera „C” corespunde unui complice, iar litera „S” – unui subiect naiv; noul sositor este indicat prin litere îngroșate.

4.2. Rezultate: urmele trecutului

Rezultatele acestui experiment arată că estimarea exagerată persistă încă cel puțin o generație (a cincea). Aceasta înseamnă că ea se menține timp de cel puțin patru generații, dacă nu ținem cont de prima, în care complicii erau majoritari. Ea devine din ce în ce mai moderată pe măsură ce „generațiile” se „eliberează de trecut” (pierd urmele). Comentând aceste rezultate, Jacobs și Campbell precizează că subiecții naivi sunt „conspiratori involuntari care perpetuează o fraudă culturală”.

Acest studiu, simplu și ingenios, este revelator pentru complexitatea proceselor sociale. Dacă vă întrebați cum s-a putut ca timp de secole strămoșii noștri să persiste în credința că pământul nu e rotund, aveți aici răspuns parțial. Dacă sunteți uneori șocați de faptul că generații întregi perpetuează anumite idei sau obiceiuri vizibil absurde și dăunătoare, găsiți aici, de asemenea, o explicație parțială.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Care sunt variabilele independente și cele dependente din studiul lui Jacobs și Campbell?

În acest capitol, am putut vedea că printr-un *proces de influență mutuală*, indivizii ajung să stabilească o *normă (un reper) comună*, într-o situație problematică, nesigură, în care nici o schemă obișnuită nu poate fi aplicată.

De reținut

- Procesul de normalizare descrie modul în care se formează normele sau reperatele în situații în care acestea lipsesc total sau parțial.
- Efectul autocinetic a fost folosit de Sherif pentru a crea o situație obiectiv nedefinită în care subiecții sunt solicitați să emită o judecată fără a avea vreun reper.
- O normă corespunde unei scale de referință sau de evaluare care, prin prescripțiile sau interdicțiile sale, definește o marjă de comportamente, atitudini și opinii mai mult sau mai puțin admise.

Capitolul 2

Conformismul

Cuprins

1. Opinia majoritară afectează judecata sau obiectul acesteia?	48
2. Experimentul lui Asch: când opinia majoritară este absurdă	51
2.1. Material experimental: diferențe de lungime	51
2.2. Procedură experimentală: singur în fața unui grup	52
2.3. Rezultat: să spui că negrul este alb	52
2.4. Aspecte metodologice	53
3. Cum explicăm conformismul?	54
3.1. Două tipuri de influență: informațională și normativă	54
3.2. Argumente în favoarea influenței informaționale	56
3.3. Argumente în favoarea influenței normative și a celor două niveluri de funcționare (public și privat)	57
4. Dacă situația creată de Asch nu este o situație de influență majoritară	60

Obiective

După studierea acestui capitol, studentul trebuie să fie capabil:

- să explice ipoteza care stă la baza cercetărilor lui Asch asupra conformismului;
- să discute noutățile metodologice aduse de „efectul Asch”;
- să explice conformismul și să prezinte cele două tipuri de influență;
- să aducă argumente în favoarea prezenței sau absenței fiecăreia dintre cele două tipuri de influență;
- să explice de ce „efectul Asch” poate fi considerat un caz de influență minoritară.

Procesul de influență socială intervine chiar și atunci când situația nu comportă *nici o ambiguitate*. După cum vom vedea, pentru aceasta este suficient ca o majoritate să se manifeste, fie că face sau nu în mod explicit presiuni pentru a-și impune părerea, fie că este cantitativă (numerică) sau calitativă (o persoană competentă sau cu statut deosebit).

Totuși, din diferite motive didactice, vom aborda procesul de conformism și pe cel de obediență în două capitole distincte. Pe de o parte, aceasta ne va permite să analizăm două paradigme experimentale: cea a lui Asch și cea a lui Milgram, ilustrând utilizarea metodei experimentale în studiul fenomenelor sociale complexe. Pe de altă parte, vom avea astfel ocazia să analizăm impactul a două tipuri de majoritate. Paradigma lui Asch creează o *majoritate numerică ce exercită o presiune implicită și indirectă*; cea a lui Milgram creează o *majoritate așa-numită „calitativă” (o autoritate) care exercită o presiune explicită și directă*.

Distincția dintre o majoritate cantitativă și una calitativă nu apare frecvent în manualele de psihologie socială. Totuși, ea este importantă și utilă pentru a apropia anumite cercetări de realitatea socială. Se întâmplă – și nu numai în regimurile totalitare – ca o opinie sau o conduită împărtășită numai de câțiva oameni (deci minoritară în plan cantitativ) să fie considerată drept „majoritară” și să acționeze ca atare. Persoanele care o reprezintă au în acest caz un statut deosebit – nu neapărat cel de autoritate. Opiniile, pozițiile sau conduitele lor, minoritare de fapt, devin dominante.

1. Opinia majoritară afectează judecata sau obiectul acesteia ?

Lui Solomon Asch îi datorăm – poate – nu primul, dar fără îndoială cel mai frumos experiment asupra conformismului. El este adesea prezentat drept „efectul Asch” și constă în a studia comportamentul unui individ confruntat cu un grup unanim, în dezacord cu el. Pentru a aprecia acest studiu și importanța sa, trebuie să-i înțelegem fundamentele și deci să reconstituim pe scurt modul de a gândi al autorului.

La fel ca Sherif, Asch a fost influențat de curentul gestaltist și de ideea că *schimbarea părților unui întreg conduce la schimbarea totalității* (vezi chenarul 4). El s-a interesat de efectul produs de un mesaj majoritar. Acest mesaj va afecta judecata sau percepția noastră ?

Așa cum se întâmplă adesea, înainte de a realiza unul dintre cele mai celebre experimente ale sale, Asch a analizat diferite lucrări asupra conformismului, mai ales pe cea a lui Lorge (1936) (vezi chenarul 5):

▲ 5. Experimentul lui Lorge (1936) asupra efectului prestigiului

Lorge a fost interesat de factorii care determină acceptarea unei idei în funcție de prestigiul atribuit autorului ei. El a utilizat în experimentul său celebrul discurs al lui Thomas Jefferson (al treilea președinte al Statelor Unite) în care acesta afirma că, pentru lumea politică, o mică rebeliune este uneori bine venită și chiar necesară.

Lorge și-a împărțit subiecții (toți americani) în două grupuri egale; subiecților din primul grup le-a prezentat această afirmație ca aparținând lui Jefferson; ceilalți jumătăți i-a prezentat-o ca fiind semnată de Lenin. Sarcina subiecților consta în a-și exprima acordul sau dezacordul cu acest citat.

Rezultatele arată următoarele: subiecții care credeau că afirmația aparține lui Jefferson au fost de acord cu ea; marea majoritate a celor care credeau că îi aparține lui Lenin au dezaprobat-o. Pentru Lorge, aceste rezultate demonstrează că evaluarea opiniei unei persoane depinde de prestigiul atribuit autorului său. Dacă cel al președintelui Jefferson era foarte mare în rândul subiecților americani din acea vreme, cel al conducătorului revoluției bolșevice era destul de redus.

Asch a contestat interpretarea dată de Lorge. În opinia lui, informația asupra provenienței citatului conduce subiecții la o *reorganizare cognitivă*. Mai precis, Asch a postulat că dacă informația asupra autorului unei idei (o autoritate presupusă) influențează judecata subiecților (în cazul nostru, acordul lor cu ideea), aceasta se întâmplă pentru că ea afectează obiectul acestei judecăți (semnificația pe care citatul o îmbracă pentru ei).

Pentru a verifica această ipoteză, Asch a reluat procedura lui Lorge, adăugând o sarcină suplimentară: un scurt eseu privind semnificația acestui citat.

Rezultatele sale au fost foarte interesante. Informația asupra autorului citatului influențează, bineînțeles, gradul de acceptare (majoritatea studenților sunt de acord cu el atunci când este atribuit lui Jefferson și în dezacord atunci când este atribuit lui Lenin), dar și semnificația atribuită citatului de către subiecți.

Termenul „rebeliune” capătă semnificații diferite, după cum citatul este atribuit lui Lenin sau lui Jefferson. În primul caz ea se traduce prin revoluție, prin haos. Calificativul „mică” este subestimat. În al doilea caz,

prin ea se înțelege reforma, schimbarea non-violentă, iar faptul că este „mică” este accentuat.

De fapt, această descoperire a fost precedată de o alta, la fel de importantă (vezi chenarul 6).

▲ 6. Experimentul lui Asch (1940) privind determinanții clasării politicianilor

Asch (1940) furnizează subiecților săi două liste. Una cuprinde cinci calități (inteligentă, conștiință profesională, utilitate socială etc.), iar cealaltă – zece profesii (artist, dentist, ziarist, politician etc.). Subiecții trebuie să ordoneze cele zece profesii în funcție de fiecare dintre calitățile propuse, după preferințele lor. Asch era interesat mai ales de locul acordat politicianului.

Subiecții sunt împărțiți în patru grupuri care corespund celor patru condiții experimentale. Acestea diferă după informația pe care o primesc. Informația se referă la o clasare a politicianilor (în realitate fictiv) prezentată ca fiind rezultatul obținut de un număr de 500 de studenți care au participat deja la studiu.

Subiecții primului grup, care constituie un grup de control (martor), ordonează profesiile în funcție de aceste calități propuse, fără a fi informați cu privire la pretinsul clasament al celor 500 de studenți.

Subiecții celui de-al doilea grup află că politicianii au fost clasati pe locul întâi pe toate dimensiunile propuse.

Cei din al treilea grup sunt informați că politicianii au fost clasati pe ultima poziție.

În fine, celor din al patrulea grup li se spune că politicianii au fost clasati primii pe unele dimensiuni și ultimii pe altele.

Sursa de influență introdusă de acest experiment nu este alta decât opinia pretinsă (clasamentul politicianilor) a celorlalți subiecți. Aceștia nu sunt numai foarte numeroși (500), dar fac parte din aceeași categorie ca și subiecții: sunt studenți care au acceptat să participe la experiment. Nu există deci vreun motiv pentru ca subiecții să nu acorde credit acestor persoane și ca opinia lor să nu le influențeze clasamentele.

Acest lucru este demonstrat de comparațiile clasamentelor efectuate de subiecții celor patru grupuri.

Totuși, Asch nu s-a mulțumit să constate că diferența de informație modifică judecata. El a putut arăta că, în funcție de informația primită, subiecții celor două grupuri experimentale extreme nu procedează în mod similar. Acei subiecți care aflaseră că politicianii au fost clasati pe prima poziție s-au referit atunci când și-au elaborat propriul clasament la mari oameni politici, în timp ce subiecții care au fost informați că politicianii se află pe ultimele locuri coada listei nu au făcut-o (ei s-au referit la „micii” politicieni locali).

Asch era din ce în ce mai sigur că faptul de a cunoaște opinia majorității (fie ea cantitativă ca în experimentul de clasificare sau calitativă ca în experimentul lui Lorge) provoacă *modificarea părților care antrenează o modificare a totalității*. Astfel, influența majoritară conduce la modificarea nu numai a judecății, dar mai ales obiectul judecății (percepția sa). Nu-i mai rămânea decât să-și testeze direct această ipoteză.

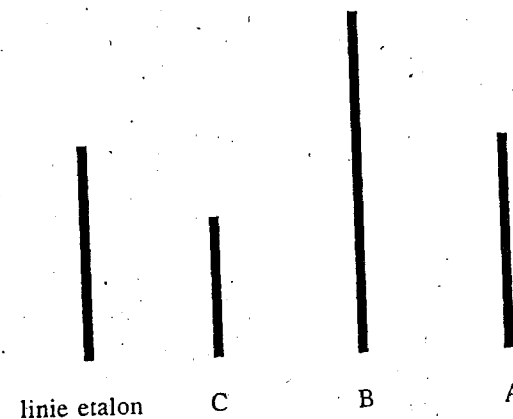
2. Experimentul lui Asch: când opinia majoritară este absurdă

Fiind un excelent experimentalist, Asch (1956) a ales o situație deosebit de defavorabilă ipotezei sale: judecarea unui obiect non-ambiguu și care să nu provoace nici un dubiu.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** De ce faptul de a alege o situație în care subiecții judecă un obiect non-ambiguu și care nu provoacă nici o incertitudine era defavorabil ipotezei lui Asch și, prin urmare, deosebit de interesant?

2.1. Material experimental: diferențe de lungime

Asch a utilizat planșe pe care erau trasate linii. Pe una dintre ele se găsea de fiecare dată o linie etalon, iar pe cealaltă trei linii de lungime diferită: A, B și C. O singură linie corespundea perfect lungimii liniei-etalon.



Pentru a simplifica prezentarea acestui studiu vom numi linia A, deși este evident că în studiul lui Asch, linia care corespundea liniei-etalon nu a putut fi desemnată permanent prin aceeași literă. Toate liniile erau desenate astfel încât să fie ușor de stabilit cu ochiul liber care dintre ele corespunde liniei-etalon. Această judecată nu provoca în sine nici un dubiu și, prin urmare, obiectul ei era non-ambiguu.

2.2. Procedură experimentală: singur în fața unui grup

Dacă ați fi unul dintre subiecții lui Asch, odată intrat în laborator, constatați că alte șase persoane au fost convocate în același timp. După ce v-ați instalat cu toții în jurul unei mese ovale, aflați că experimentul are drept obiectiv testarea exactității percepției vizuale. Vi se prezintă cele două planșe și sunteți rugați să indicați, pe rând și cu voce tare, care dintre cele trei linii corespunde liniei-etalon. În mod cert, fiecare dintre voi are capacitatea de a judeca lungimile fără a face vreo referire la unități de măsură, mai ales atunci când diferențele nu sunt prea subtile. S-ar putea ca după șase aplicări „neutre” să vi se pară absurd să deplasați atâtea persoane pentru a culege informații atât de evidente. Indicați cu toții mereu aceeași linie. Totuși, la a șaptea încercare, cele șase persoane (care intervin mereu înaintea voastră) indică o altă linie decât cea care vi se pare că este corectă. Același fenomen se produce la încercarea a opta, a noua... până la a optsprezecea. Se subînțelege că, spre deosebire de ceilalți șase colegi, sunteți singurul subiect naiv. Toți ceilalți, complici ai lui Asch, au primit consemnul să răspundă eronat și unanim la 12 dintre cele 18 aplicări. Vă găsiți deci singur în fața unei majorități foarte hotărâte (consistente).

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Cum veți reacționa? Veți avea încredere în propriile capacități de apreciere mai curând decât în cele ale altora?

2.3. Rezultat: să spui că negrul este alb

Rezultatele lui Asch arată că, din 12 încercări în care complicii indică un răspuns incorect, subiecții naivi îl reiau în medie de patru-cinci ori. În total, deși unele persoane nu se conformează niciodată părerii majoritare, cea mai mare parte o face cel puțin o dată. Pe ansamblul răspunsurilor, 32% sunt răspunsuri conformiste. Aceasta înseamnă, după cum remarcă

însuși Asch, că, sub influența unei majorități numerice, s-ar putea să ajungem să spunem că negrul este alb.

Aceste rezultate, de altfel foarte interesante și instructive, nu confirmă totuși decât parțial așteptările lui Asch. Să ne reamintim că, după el, majoritatea subiecților ar trebui să se dedice unei activități cognitive importante pentru a-și reorganiza percepțiile în funcție de răspunsurile majorității. Pentru a avea acces la această activitate cognitivă, Asch, odată experiența terminată, a interogat fiecare subiect în legătură cu motivele răspunsurilor sale. În cazul celor evocate de subiecții care s-au conformat părerii majoritare (răspunsuri care l-au interesat mai mult), Asch a putut constata trei tipuri de distorsiuni:

- cele de percepție: unii subiecți și-au schimbat efectiv obiectul percepției și au sfârșit prin a percepe linia B drept cea mai asemănătoare cu linia etalon;
- cele de judecată: unii subiecți consideră că o majoritate atât de unanimă nu poate avea decât dreptate. Supunându-se judecății acesteia, ei nu și-au modificat totuși obiectul percepției. La urma urmei, pentru ei linia B nu era cea corectă, dar se îndoiu de corectitudinea propriilor aprecieri;
- cele de acțiune: unii subiecți au abordat părerea majorității întrucât se temeau că opunându-se acesteia ar fi creat o imagine negativă, determinând o eventuală respingere. De fapt, ei nu și-au modificat nici percepția, nici judecata.

Astfel, deși frecvența scăzută a restructurării cognitive a obiectului nu confirmă decât parțial ipoteza gestaltistă a lui Asch, studiul său a contribuit la dezvăluirea mecanismelor conformismului. Înainte de a discuta importanța acestor rezultate, problemele și cercetările pe care le-au provocat, ne vom opri asupra experimentului în sine.

2.4. Aspecte metodologice

Așa cum a fost prezentat, acest experiment lasă să se înțeleagă faptul că am avea de-a face cu o singură condiție experimentală. Toți subiecții sunt confrunțați cu o sursă de influență majoritară. Aparent, acest plan experimental nu conține condiția-martor care subiecților să-și exprime aprecierile în absența sursei de influență. Dacă acest lucru este adevărat cum putem trage concluzia că unii s-au conformat opiniei majoritare?

► **E RÂNDUL VOSTRU:** De fapt, chiar dacă Asch a prevăzut un grup de control (martor), absența acestuia nu ar fi fost prea gravă. De ce?

Ați ghicit deja că este vorba de materialul utilizat. În descrierea acestui experiment am subliniat că faptul de a decide care dintre cele trei linii corespunde liniei-etalon nu pune nici o dificultate. Era suficientă o scurtă privire pentru a stabili că linia corectă era A. Știam deci de la început ce răspuns ar indica subiecții în absența unei surse de influență, fără a trebui să dovedim acest lucru. De altfel, rezultatele condiției-martor arată că 99% dintre răspunsuri sunt corecte.

„Frumusețea” metodologică a acestui experiment, la care sperăm că ați devenit sensibili, constă, între altele, în faptul că folosind un dispozitiv minim, s-a reușit evidențierea unor fenomene foarte complexe. Puteți obiecta că a folosi șase complici care să reacționeze cu aceeași convingere de la un subiect experimental la altul este o procedură costisitoare și dificilă; desigur, aveți dreptate. Dar dacă v-ați gândit la aceasta, sunteți cu siguranță capabili să vă imaginați o soluție care nu ar impune prezența fizică a complicilor la fiecare aplicare, păstrând totuși impresia că aceștia sunt priviți atunci când își anunță răspunsurile. Pentru a vă încuraja, aflați că Richard Crutchfield a găsit-o deja.

De altfel, ați remarcat desigur că Asch, la fel ca și Sherif, efectuează mai multe măsurări ale variabilei dependente, care este, în cazul nostru, indicarea liniei ce corespunde cel mai bine liniei-etalon.

3. Cum explicăm conformismul?

Să ne întoarcem la analiza rezultatelor obținute de Asch. Problema noastră se referă la interpretarea faptului că un subiect din patru dă dovadă de conformism în aprecierea unui obiect care în sine nu provoacă nici un dubiu și nu comportă deci nici o ambiguitate.

3.1. Două tipuri de influență: informațională și normativă

După Jones și Gerard (1967), subiecții lui Asch sunt confrunțați cu un *dublu conflict*: *cognitiv și motivațional*, care, în opinia lui Deutsch și Gerard (1955), antrenează *două tipuri de influență*: *informațională și normativă* (vezi chenarul 7).

▲ 7. Două tipuri de conflict și de influență

Conflictul cognitiv produce dezorientare în cazul unei persoane care are încredere în aprecierile sale, mai ales atunci când acestea sunt atât de elementare ca diferențierile de mărime. Până acum, această persoană nu a comis erori evidente. Or, ea constată că ceilalți nu-i mai împărtășesc opinia. Se instalează un *dubiu* privind caracterul corect al aprecierii sale, iar o dată cu dubiul apare și căutarea de *mijloace pentru risipirea lui*. A avea încredere în ceilalți, mai ales atunci când aceștia sunt unanimi, este o lecție pe care persoana respectivă a extras-o de nenumărate ori din experiențele cotidiene. De ce nu și acum?

Încercând să risipească dubiul, individul caută informații pertinente pentru a rezolva problema cu care se confruntă și se expune astfel influenței informaționale (vezi distorsiunile judecății, secțiunea 2.3).

Conflictul motivațional (considerat social de unii) este de natură diferită. El nu mai constă în a risipi un dubiu privind caracterul corect al unei aprecieri, ci în a *gestiona relațiile individului cu ceilalți*, de a evita să se facă remarcat, de a încerca să apară într-o lumină favorabilă, de a nu trece drept un marginal sau un original etc. Ne putem cu ușurință imagina că această problemă se pune chiar și în cazul unui grup format în vederea efectuării unui experiment, reunind persoane care nu se cunosc și care au mari șanse să nu se mai întâlnească vreodată. Aderarea la normele și regulile grupului este una dintre condițiile menținerii noastre în sânul lui. Dacă ne opunem, riscăm să fim respinși și ridiculizați. Nu este mai bine să evităm aceste neazuri?

Căutând să se facă acceptat, să-și asigure prezența într-un grup prin aderarea la regulile și normele sale, individul se expune influenței normative (vezi distorsiunile acțiunii, secțiunea 2.3).

Aceste două tipuri de influență se manifestă adesea simultan, ceea ce înseamnă că putem fi ghidați în același timp de nevoia de a avea o opinie „corectă” și de aceea de a fi acceptați de un grup sau de o parte a membrilor săi. Totuși, unii s-ar putea întreba care dintre cele două tipuri de influență (sau de conflict) a primat la subiecții care s-au conformat părerii majoritare în experimentul lui Asch. Autorul considera că, în conformitate cu ipoteza gestaltistă, rezultatele experimentului pun în evidență influența informațională. Putem oare să știm care dintre cele două influențe a primat? Dacă da, cum?

3.2. Argumente în favoarea influenței informaționale

Asch însuși a fost cel care și-a imaginat calea ce trebuie urmată, referindu-se la efectul pe care importanța numerică a majorității și unanimitatea îl pot avea asupra conformismului. Dacă motivația individului de a-și menține apartenența la grup prin adeziunea la normele sale primează, importanța numerică a majorității, precum și unanimitatea sa nu ar trebui să aibă influență asupra conformismului. Ce informații ne oferă în acest sens rezultatele experimentelor?

3.2.1. Dimensiunea crescândă a majorității accentuează conflictul cognitiv?

Un răspuns „incorect” din partea unui singur membru al grupului ar putea fi pur și simplu ignorat de către subiectul naiv. Se poate ca două răspunsuri de acest tip să aibă aceeași soartă, dar trei, patru sau mai multe riscă să provoace dubiul și, o dată cu el, conflictul cognitiv. Astfel, într-un alt experiment, Asch (1956) a manipulat numărul de complici, făcându-l să varieze de la 1 la 15.

El a putut observa că procentul de conformism crește o dată cu dimensiunea majorității până la un anumit punct. El se stabilizează în jurul valorii de 37% dintre răspunsuri începând de la 3 sau 4 complici.

Această tendință a fost confirmată de Gerard, Wilhelmy și Connolley (1968), dar Wilder (1977) a făcut o precizare interesantă, permițându-ne să înțelegem de ce influența majoritară nu crește în mod liniar.

Rezultatele lui Wilder sugerează că nu atât numărul de persoane care compun majoritatea este determinant, cât numărul de persoane care sunt percepute a fi diferite una de cealaltă. De exemplu, a arătat că subiecții confrunțați cu un obiect non-ambiguu au fost mai influențați de două grupuri de două persoane decât de un grup de patru, precum și de două grupuri de trei față de un grup de șase.

3.2.2. Absența unanimității în sânul majorității diminuează influența acesteia?

Asch a arătat că era suficient ca unul dintre cei șase complici să indice răspunsul corect pentru ca procentul de conformism să scadă până la 6%.

► E RÂNDUL VOSTRU: Pornind de la acest rezultat, putem să concluzionăm că absența unanimității diminuează conformismul? Dacă ați înțeles bine

principiul de eliminare a ipotezelor concurente, răspunsul vostru va fi negativ, pentru că există o explicație concurentă care nu a fost eliminată. Care este aceea?

Pentru a găsi răspunsul, gândiți-vă la condițiile absenței unanimității între complici. La un nivel general, trebuie ca măcar unul dintre ei, indiferent în ce moment, să indice un răspuns diferit de al celorlalți. Este însă obligatoriu ca acest răspuns să corespundă răspunsului corect pe care subiectul naiv are intenția să-l dea (A)?

Nu, un complice poate să dea și un răspuns incorect, dar care este diferit de al celorlalți complici. Reamintiți-vă că Asch le-a prezentat subiecților trei linii. Dacă linia A corespunde perfect liniei-etalon, celelalte două – B și C – nu îi corespund. Complicii indică linia B. Unanimitatea lor este încălcată atunci când unul dintre ei indică fie linia C, fie linia A. Ce anume este atât de specific în indicarea răspunsului corect de către un complice?

Dacă răspunsul corect din partea unui complice constituie o încălcare a unanimității majorității, el îi oferă subiectului ceva ce un răspuns eronat, dar diferit de cel al celorlalți complici nu îi poate oferi: *suportul social*. Este posibil deci ca la originea scăderii procentului de conformism să nu stea absența consensului în rândul majorității, ci prezența suportului social.

Pentru a clarifica această problemă, trebuie să vedem ce se întâmplă atunci când un complice indică un răspuns incorect, dar diferit de cel al celorlalți – de exemplu, când unul dintre complici indică linia C atunci când ceilalți indică linia B.

Rezultatele obținute de Allen și Levine (1966, 1971) indică faptul că, în acest caz, procentul de conformism scade în proporții asemănătoare celor înregistrate de Asch. Este remarcabil faptul că același fenomen se produce atunci când complicele care indică un răspuns eronat este vizibil nedemn de încredere (se plânge că nu vede bine, are ochelari cu lentile foarte groase). Deci, atunci când membrii majorității nu sunt de acord între ei, indiferent care ar fi motivul, iar subiecții sunt confrunțați cu un obiect non-ambiguu, influența informațională scade.

3.3. Argumente în favoarea influenței normative și a celor două niveluri de funcționare (public și privat)

Ne vom ocupa în continuare de argumentele pe care le putem aduce în favoarea prezenței influenței normative în situația creată de Asch. După

cum vom constata, aceste argumente sunt adesea indirecte și teoretice. De multe ori, ele provin din investigații diferite de cele aflate la originea experimentului lui Asch. Nu vom fi deci surprinși de o prezentare care, contrar precedentei, nu se va centra exclusiv pe acest studiu. În orice caz, trebuie să admitem că discuția asupra diferenței dintre funcționarea „privată” și „publică” a dat naștere unor idei interesante privind mecanismele de bază ale conformismului și mai ales condițiile în care se manifestă aceste două tipuri de influență.

3.3.1. Complezența

Idea de a compara răspunsurile publice și private în situația creată de Asch, pentru a observa eventualele manifestări ale influenței normative, a fost una dintre primele și cele mai simple. De exemplu, este suficient să introducem o condiție experimentală suplimentară, capabilă de a le permite subiecților să indice răspunsurile în mod anonim (în scris, și nu cu voce tare, pentru a nu putea fi identificați). În această situație ei s-ar teme mai puțin de dezaprobarea sau respingerea grupului care, să ne reamintim, este esențială pentru influența normativă.

De altfel, diversele experiențe cotidiene ne arată că a afirma o idee sau a adopta o conduită în mod public, mai ales atunci când se speră un beneficiu sau se evită consecințe negative, nu înseamnă neapărat că aderăm la ea și că în cadru privat am spune sau am face același lucru! Nu întotdeauna opiniile unei majorități care încearcă să ne influențeze devin ale noastre! *Complezența* se manifestă prin conformism, dar un conformism de suprafață, care nu atinge convingerile noastre profunde. Prin urmare, procentul de conformism ar trebui să scadă sensibil atunci când subiecții evoluează anonim.

Iată-ne ajunși în miezul problemei. Suntem tentați să afirmăm că, dacă în situația creată de Asch ar exista o influență informațională, răspunsurile „publice” ale subiecților naivi ar trebui să fie aceleași cu răspunsurile lor „private” (anonime). Or, tocmai am afirmat contrariul: subiecții se comportă diferit, în funcție de modul - anonim sau nu - în care răspund. Aceasta înseamnă oare că situația experimentală pe care Asch a construit-o nu evidențiază influența normativă? Nu e chiar așa.

3.3.2. Identificarea

Dacă influența normativă se traduce uneori prin aprobare care, după cum am văzut, are un efect limitat, ea poate conduce și la *identificare*. În acest

caz, ea provoacă schimbări mai profunde și se manifestă atât la nivel public, cât și privat.

Astfel, a obține sau a menține aprobarea unui grup sau a unora dintre membrii săi devine adesea un obiectiv important, chiar o dorință. În acest caz, stabilirea sau menținerea unor bune relații cu persoanele pe care le stimăm poate fi mai pertinentă decât conținutul uneia sau alteia dintre opiniile lor. Conformismul nostru, atât public, cât și privat, va dura atât timp cât va exista dorința de identificare cu acel grup sau cu unii dintre membrii lui.

Rezultatele experimentului lui Dittes și Kelley (1956) ilustrează acest fenomen.

Imaginați-vă că de mult timp vreți să intrați într-un grup și se ivește o ocazie în acest sens. Discutați cu membrii lui, care au uneori idei contrare opiniilor voastre. Totul merge bine; sunteți invitați și la următoarea întâlnire. Între timp, vă întâlniți din întâmplare cu unul dintre membrii acestui grup și îl întrebați ce impresie le-ați lăsat celorlalți. El poate să vă spună că i-ați fascinat prin integritatea voastră și că toți sunt fericiți să vă aibă în grup. S-ar putea însă să vă spună și că opiniile au fost împărțite și că nu s-a ajuns la o decizie. Vă duceți la următoarea întâlnire.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Care va fi atitudinea voastră în cele două cazuri? Când credeți că veți manifesta mai mult conformism? Atunci când știți că totul s-a rezolvat și că faceți parte din grup sau atunci când nu aveți această certitudine? Gândiți-vă la reacțiile pe care le veți avea atunci când grupul va înceta să vă mai atragă...

3.3.3. Interiorizarea

După Kelman (1958), primul care a formulat distincția dintre cele trei tipuri de conformism (complezență, identificare și interiorizare), *interiorizarea* traduce influența cea mai durabilă, atât la nivel public, cât și privat. În acest caz, ne conformăm nu pentru că am dori să ne identificăm cu un grup sau din teama de a fi respinși de acesta, ci pentru că avem încredere în justetea opiniilor sale. Acestea sunt conforme cu valorile, ideile și conduitele noastre. Ele se integrează în sistemul care ne ghidează funcționarea atât la nivel public, cât și privat, într-un mod cvasi-definitiv. În acest caz, influența care se exercită este de natură mai curând informațională decât normativă.

Să revenim la discuția noastră asupra eventualelor manifestări ale influenței normative în situația creată de Asch.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** În ce măsură credeți că este probabil ca procesul de identificare sau de interiorizare să se fi produs în situația creată de Asch? Dacă vă vine greu să vă imaginați că grupul complicilor întâlniți pentru prima oară poate trezi o dorință de identificare la subiecții naivi sau că răspunsul lor absurd poate duce la interiorizare, veți concluziona că este improbabil ca unul dintre aceste procese să aibă loc. În schimb, dacă vă puteți imagina așa ceva, veți ajunge la concluzia contrară.

Opinia majorității cercetătorilor concordă asupra ideii că este foarte probabil ca în experimentul lui Asch, la fel ca în multe situații reale, cele două tipuri de influență, informațională și normativă, să se manifeste în același timp. În cazul acesteia din urmă am putea vorbi mai curând de aprobare decât de identificare.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Atenție, acest ultim paragraf vă prezintă părerea unei majorități de persoane competente (majoritatea cercetătorilor). Această majoritate este deci, simultan, cantitativă (numerică) și calitativă. În plus, se sugerează că ea a ajuns la un consens. Exercițiți ea o influență asupra voastră?

Verificați-i puterea de influență gândindu-vă la examenul vostru de psihologie socială. Dacă veți fi chestionați asupra posibilității de manifestare a identificării și interiorizării în situația creată de Asch, care va fi răspunsul?

4. Dacă situația creată de Asch nu este o situație de influență majoritară

După cum vedeți, experimentul lui Asch suscită numeroase întrebări. Majoritatea au fost deja menționate, dar mai rămâne una, la care poate că v-ați gândit. Putem presupune, așa cum a făcut Serge Moscovici (1979), că Asch creează o situație care implică nu influență majoritară, ci minoritară. Nu putem exclude faptul că subiectul naiv, care participă pentru prima oară la un experiment psihologic, poate să-și considere tovarășii ocazionali (complicii) o minoritate de oameni ciudați sau excentrici. Pentru el, opinia majoritară echivalează cu ceea ce se spune și se gândește în afara experimentului. Pe scurt, majoritatea este constituită din ansamblul persoanelor care îi împărtășesc opinia. În acest caz, trebuie să interpretăm altfel rezultatele obținute de Asch. Ele arată că 37% dintre indivizi se lasă influențați de o minoritate în judecățile lor privind un obiect non-ambiguu.

Atunci când această minoritate are opinii discordante, ea își pierde puterea de influență.

Veți obiecta că aceasta nu este decât o interpretare a rezultatelor lui Asch. Este adevărat, dar ideea pe care ea se bazează a generat un întreg curent de cercetare, care are, la rândul său, propriul experiment *princeps*. Acesta va fi prezentat în capitolul consacrat inovării.

▲ 8. Efectul Asch și diferențele culturale

Unii cercetători postulează că nu toate culturile acordă aceeași importanță conformismului și supunerii, în cursul procesului de socializare. Acestea par a fi mai puțin importante în societățile bazate pe vânătoare și pescuit decât în cele bazate pe agricultură. Primele, care nu pot acumula suficientă hrană, încurajează individualismul. Celelalte, dimpotrivă, favorizează mai mult supunerea și conformismul.

Berry (1967), cu ajutorul unei proceduri experimentale asemănătoare celei a lui Asch, a confirmat experimental această idee. Procentul de conformism față de opinia majoritară era mai redus la eschimoșii din insula Baffin (vânători și pescari) decât la populația temne din Sierra Leone (cultivatori). Totuși, în experimentul lui Berry, părerea majorității asupra liniei corespunzătoare liniei-etalon provenea de la persoane care nu erau prezente, dar se afirma că fac parte din același grup cu subiectul.

De reținut

- Chiar și într-o situație non-ambiguă, o majoritate reușește să-și impună opinia, fără a face în mod explicit presiuni asupra individului.
- „Efectul Asch”, care ilustrează acest fapt, a fost observat prin studiul comportamentului unui individ confruntat cu un grup unanim în dezacord cu el.
- Două tipuri de conflict (cognitiv și motivațional), care determină două tipuri de influență (informațională și normativă), sunt subiacente conformismului.
- Influența grupului de complici poate fi considerată, de asemenea, o influență minoritară.

Capitolul 3

Obediența

Cuprins

1. Influența majoritară ne afectează doar judecățile sau și acțiunile?	65
2. Situația experimentală a lui Milgram : a alege între propria conștiință și o sursă de influență	66
3. Primul experiment : efectele presiunii implicite a grupului	68
3.1. Procedură experimentală : singur în fața grupului	68
3.2. Rezultat : conformismul în acțiuni	70
4. Al doilea experiment : efectele presiunii explicite a autorității	70
4.1. Procedură experimentală : singur în fața autorității	71
4.2. Rezultat : obediența față de autoritate	72
5. A treia serie de experimente : factorii care determină obediența față de autoritate	73
5.1. Distanța față de victimă	73
5.2. Raporturile cu autoritatea	75
6. Factorii de care nu depinde obediența față de autoritate	79
7. Puncte de vedere critice : deontologia experimentului lui Milgram	80

Obiective

- După studierea acestui capitol, studentul trebuie să fie capabil :
- să indice întrebările care s-au aflat la originea primelor cercetări ale lui Milgram ;
 - să prezinte situația experimentală pe care a creat-o acesta și să-i discute deontologia ;
 - să explice cum poate fi studiată experimental obediența față de autoritate ;
 - să indice factorii de care depinde obediența.

După cum am semnalat în introducerea la capitolul precedent, obediența este o formă particulară de conformism. Ea se manifestă atunci când o majoritate (adesea calitativă, de exemplu, o autoritate) exercită asupra noastră o *presiune directă și explicită*.

Stanley Milgram (1974), care i-a consacrat o lungă serie de experimente de acum celebre, descrise în cartea sa *Obediența față de autoritate* (ce poate fi citită ca un roman!), nu este de acord cu această afirmație. Pentru el, fenomenul de obediență este diferit de conformism. Dacă individul care se conformează opiniei majoritare sub presiune implicită (ca în experimentul lui Asch) nu își pierde autonomia și rămâne stăpân pe acțiunile sale, cel care se supune o pierde. El trece într-o stare *agentică* și se consideră agentul exclusiv al unei voințe care îl depășește. Această stare îl face să accepte controlul total din partea unei persoane cu un statut mai ridicat și să nu se mai considere responsabil de actele sale. Din acest punct de vedere, diferența dintre conformism și obediență este pertinentă.

Totuși, această discrepanță apare mai mică dacă, așa cum am sugerat, avem în vedere finalitatea unui proces în timpul căruia o sursă majoritară exercită o influență asupra individului. În acest caz, individul ori se conformează opiniei majoritare, ori îi opune rezistență. Mijloacele pe care majoritatea le utilizează (presiune explicită sau implicită), natura sa (cantitativă sau calitativă) și starea pe care o provoacă individului (de autonomie sau agentică) sunt secundare.

În acest capitol vom insista asupra experimentelor lui Milgram, deoarece ele reprezintă efectele pe care le poate produce curiozitatea caracteristică atâtor cercetători. După cum veți vedea, un studiu îl generează pe următorul, permițându-ne să descoperim, de fiecare dată, un nou aspect al acestui fenomen social atât de complex cum este obediența. Ansamblul lor ilustrează construcția unei explicații, care, să ne reamintim, nu presupune doar câteva ipoteze cauzale verificate prin experimente (vezi Introducerea, capitolul 2).

Celălalt motiv pentru care ne vom opri asupra experimentelor lui Milgram, este legat de reacțiile pe care acestea le-au provocat. Ele au șocat și au declanșat numeroase dispute. Pentru mulți, aceste experimente constituie un exemplu de încălcare a limitelor în experimentare. Trebuie totuși să ne întrebăm: cine sau ce anume a încălcat limitele? Experimentatorul sau... rezultatele obținute de acesta?

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Pentru a vă sensibiliza la aceste probleme și a vă incita la formularea unor reflecții proprii, vă sugerăm următorul experiment: pune-ți-vă în locul infirmierelor unui spital care au participat, fără să știe, la o experiență curioasă. Un medic le-a ordonat să administreze unui pacient echivalentul a două doze maxime dintr-un medicament relativ periculos. Pe ambalajul acestuia se precizează că depășirea dozei maxime este strict interzisă. 21 de infirmiere din 22 se supun ordinului medicului, fără a încerca să-l conteste. Ele nu știu că, de fapt, sunt obiectul unei manipulări experimentale conduse de Hoffing și colegii săi (1966) și că pacientul primește un placebo.

Ce părere aveți despre rezultatele acestui experiment și, deci, despre obediența infirmierelor? Ce părere aveți despre experimenterii? Aveau ei dreptul să-și pună subiecții într-o asemenea situație?

1. Influența majoritară ne afectează doar judecățile sau și acțiunile?

Înainte de a se ocupa de obediența față de autoritate, Milgram (1956, 1971), fascinat de cercetările lui Asch asupra conformismului, a studiat presiunea pe care un grup o poate exercita asupra unui individ. El dorea să verifice dacă subiecții se conformează părerii majoritare nu doar în judecățile, ci și în acțiunile lor. Altfel spus, obiectivul său consta în a vedea dacă, într-o situație în care subiecții ar fi cu adevărat implicați prin ceea ce fac și nu doar prin ceea ce declară, s-ar obține același procent de conformism. În acest mod, Milgram intenționa să răspundă uneia dintre criticile aduse lui Asch, bazată pe faptul că, adesea, legătura dintre declarațiile verbale (de exemplu, atitudinile) și acțiuni (comportamente) este slabă. În opinia lui Milgram, conformismul „în acțiuni” (comportamental) ar avea aceeași amploare ca și cel „în cuvinte” (verbal).

Marea dificultate întâmpinată de acest cercetător consta deci în a găsi o situație în care individul să fie implicat prin conduita sa, adică în care consecințele actelor sale să fie importante, imediate și vizibile. De asemenea, această situație trebuia să satisfacă o altă exigență, și anume să permită introducerea unor surse diferite de influență.

▲ 9. Cuvinte și conduite

Critica adresată lui Asch și reluată de Milgram are caracter general. Formulată diferit, ea ar consta în întrebarea dacă fenomenele observate în situațiile în care subiecții reacționează verbal prin exprimarea opiniilor sau judecăților lor se manifestă și în situațiile în care ei acționează. Dacă răspunsul este afirmativ, aceasta înseamnă că, fie și numai la nivel metodologic, cele două tipuri de indicatori ai reacțiilor subiecților verbali și comportamentali pot fi considerate echivalente. Putem deci utiliza acești indicatori pentru a operaționaliza variabile dependente (cum ar fi manifestările influenței) fără a fi obligați să restrângem anvergura rezultatelor la un tip specific de reacții. Dacă răspunsul este negativ, aceasta înseamnă că, în funcție de indicatorul utilizat, nu vom observa același fenomen și că valoarea rezultatelor trebuie restrânsă la tipul de reacții suscitade.

După cum vom avea prilejul să constatăm, această critică se adresează și altor studii de psihologie socială, nu doar celor consacrate influenței sociale.

2. Situația experimentală a lui Milgram: a alege între propria conștiință și o sursă de influență

Situația creată de Milgram a stat la baza tuturor experimentelor sale. Unii comentatori o consideră printre cele mai îndrăznețe și mai ingenioase din psihologia socială.

Milgram a plecat de la principiul că, deși recunoaștem că ne-am supus ordinilor altei persoane sau că ne-am conformat opiniei majoritare, cu toții afirmăm că obediența și conformismul nostru au anumite limite. De exemplu, suntem convingeți că putem rezista la presiune (indiferent de natura acesteia) atunci când sănătatea și viața altora sunt în pericol.

Marcat de atrocitățile celui de-al doilea război mondial și mai ales de cele datorate obedienței executaților holocaustului, Milgram s-a întrebat câtă încredere putem acorda acestui tip de afirmație. El a ales deci o situație în care un individ trăiește o dilemă: el poate urma o sursă de influență (un grup sau o autoritate) sau poate respecta un principiu moral primordial – acela de a nu pune în pericol sănătatea și viața unei alte persoane. După cum vom vedea, individul nu poate urma simultan grupul sau autoritatea și conștiința sa. Care va fi opțiunea lui în acest caz?

Înainte de a dezvălui rezultatele și de a răspunde la întrebare, să analizăm cu atenție sarcina subiecților.

Recruțați printr-un anunț în presa locală, subiecții primesc o anumită sumă de bani pentru a participa la un experiment psihologic care – se afirmă – se ocupă de efectele provocate de pedepse asupra memoriei. Aceasta presupune nu doar crearea unei situații de memorare, ci și supravegherea acesteia. În acest scop, experimentatorul atribuie subiecților unul dintre cele două roluri: de monitor și de elev. Această repartizare se realizează prin intermediul unei trageri la sorți truate. Astfel, oricare ar fi varianta experimentală, subiectul naiv deține întotdeauna rolul de monitor care supraveghează procesul de memorare de către un elev, care întotdeauna este un complice al experimentatorului.

Sarcina monitorului (deci a subiectului naiv) constă, mai întâi, în a-i citi o dată elevului o listă de 40 de asociații de cuvinte (cum ar fi „cer albastru”, „rață sălbatică” etc.), pentru ca acesta să le memoreze. Apoi, monitorul trebuie să efectueze un test clasic de recunoaștere din memorie. El îi spune elevului un cuvânt din listă (de exemplu, „albastru”) și îi propune patru cuvinte (de exemplu, „contor”, „fular”, „cer”, „lac”), printre care figurează și cel de pe lista inițială (în cazul nostru, „cer”). Elevul indică acel cuvânt care crede că a fost asociat cuvântului-țintă.

Menționăm faptul că, fără a fi un expert în probleme de memorie, monitorul își dă seama, cu siguranță, că elevul nu poate să rețină după o singură lectură toate cele 40 de asociații. Totuși, de fiecare dată când elevul dă un răspuns greșit – și deci comite o eroare –, monitorul trebuie să-i administreze o pedeapsă. Aceasta constă într-un șoc electric ce poate merge de la 15 la 450 de volți, cu intervale de 15 volți. În acest scop, el dispune de o consolă cu manete. Este suficient să împingă o manetă pentru ca elevul să primească șocul. Pe fiecare dintre aceste manete figurează intensitatea șocului. Pentru ca monitorul să nu ignore pericolul pe care unele șocuri electrice îl prezintă pentru elev, manetele pe care le acționează sunt însoțite de inscripții de tipul „șoc ușor”, „șoc puternic”, „atenție, șoc periculos” etc.

În plus, înainte de a începe experimentul, monitorul este supus, cu titlu de exemplu, unui șoc de 45 de volți. Elevul este plasat pe un scaun legat la consolă. Monitorul nu știe că această racordare este falsă și că, prin urmare, curentul electric nu pleacă de la consolă (obiectivul adevărat al experimentului nu are nici o legătură cu studiul efectelor provocate de pedepse asupra memoriei). De asemenea, el nu bănuiește că elevul, în

calitate de complice al experimentatorului, știe că trebuie să dea de 30 de ori un răspuns incorect, care este acesta și când trebuie dat, dar și modul în care trebuie să reacționeze la șocurile de intensitate diferită. Astfel:

- între 75 și 105 volți, geme ușor la primirea șocurilor;
- între 120 și 150 de volți, începe să strige că șocurile sunt dureroase;
- începând de la 150 de volți, cere să fie scos de acolo;
- începând de la 180 de volți, strigătele sale devin adevărate urlete de agonie;
- la 270 de volți, imploră să fie scos de acolo;
- la 300 de volți, țipă și refuză să mai răspundă;
- dincolo de 330 de volți nu mai reacționează.

Acest scenariu a stat la baza mai multor studii, a căror procedură s-a schimbat în funcție de obiectiv.

3. Primul experiment : efectele presiunii implicite a grupului

Primul experiment al lui Milgram, bazat pe situația descrisă mai sus, a avut ca scop studiul conformismului. Să ne reamintim că obiectivul său principal a fost să verifice manifestarea conformismului, așa cum a fost descris acesta de Asch, nu doar la nivel de „cuvinte”, ci și prin „acțiuni”.

3.1. Procedură experimentală: singur în fața grupului

Pentru a testa conformismul subiecților confrunțați cu presiunea implicită a unui grup, Milgram (1956, 1971) a prevăzut două condiții: cea experimentală, în care sursa de influență majoritară (un grup) este prezentă și una „martor”, când această sursă este absentă. Vom prezenta mai întâi condiția experimentală.

Ca de obicei, puneți-vă în locul subiectului naiv pentru a vă imagina mai bine procedura.

Ajungând în laborator, constatați că alte trei persoane așteaptă să participe la același experiment. Experimentatorul vă explică obiectivul acestui studiu și faptul că există mai multe roluri, care vă vor fi repartizate. Trei dintre voi vor fi monitori, iar al patrulea – elev. Vi se atribuie aceste roluri printr-o tragere la sorți trucată. Astfel, în calitate de subiect naiv, nu aveți

nici o șansă să fiți elev, ci deveniți în mod inevitabil monitor. Unul dintre cei doi colegi se ocupă de afișarea cuvintelor cu ajutorul unui retro-proiector, celălalt de notarea răspunsurilor elevului, iar dumneavoastră vă revine sarcina de a administra pedepsele. Mai precis, trebuie să împingeți manetele pentru a aplica șocurile electrice în caz de răspuns eronat.

Experimentatorul vă explică faptul că, pentru fiecare eroare comisă de elev, fiecare dintre voi, într-o ordine prestabilită (sunteți ultimul, bineînțeles), propune intensitatea șocului electric ce trebuie aplicat. Puteți să păstrați aceeași intensitate pe toată durata experimentului, să o măriți în mod sistematic sau să o reduceți. Experimentatorul vă asigură că acest fapt nu influențează derularea studiului. În schimb, trebuie neapărat să respectați regula care impune să fie administrat întotdeauna șocul cel mai slab dintre cele trei propuse. De exemplu, dacă unul dintre voi propune 30 de volți, altul 75 de volți, iar ultimul 15 volți, șocul administrat elevului trebuie să fie de 15 volți.

Având deja unele cunoștințe (vezi experimentul lui Asch care l-a inspirat pe Milgram), vă puteți aștepta la anumite reacții specifice din partea celor doi complici. Ei propun în unanimitate mărirea pedepsei la fiecare eroare. Aceasta înseamnă că, dacă la prima eroare elevul primește o descărcare de 15 volți, la a doua primește 30 de volți, la a treia 45 de volți etc. Dat fiind că din 40 de răspunsuri 30 sunt greșite, la a șaisprezecea eroare complicitii propun 225 de volți și așa mai departe până la 450 volți.

Fiind, întotdeauna ultimul care vorbește, deci după ce ați auzit propunerile celorlalți (opinia majoritară), știți că, după regula enunțată de experimentator, puteți în orice moment întrerupe această escaladare a pedepsei în care complicitii încearcă să vă antreneze. Este suficient să propuneți un șoc mult mai slab decât cel propus de ei sau chiar, dacă doriți, să mențineți pe tot parcursul experimentului șocul minim (15 volți). Reacția de acest tip ar permite menținerea unui acord cu propria conștiință, dar nu cu opinia grupului. Acesta, la fel ca și în cazul experimentului lui Asch, nu exercită nici o presiune explicită. Colegii dumneavoastră își spun doar părerea; decizia finală vă aparține, pentru că sunteți ultimul care vorbește. Menționăm, de asemenea, că puteți recepționa reacțiile elevului, acesta aflându-se în spatele unui panou transparent.

În condiția-martor, experimentul se derulează în același mod, cu excepția faptului că sursa de influență (grupul care exercită o presiune implicită) este absentă. Subiecții condiției-martor aplică șocuri electrice elevului, alegând singuri intensitatea acestora.

3.2. Rezultat: conformismul în acțiuni

Doi indici ai conformismului l-au interesat pe Milgram. Primul este *șocul mediu* administrat elevului, iar al doilea este *procentajul de subiecți* care au aplicat șocul maxim de 450 de volți.

În condiția *experimentală*, șocul mediu este de 225 de volți, iar în condiția-*martor* – de 82 de volți.

Dintre cei 40 de subiecți de sex masculin care au participat la condiția *experimentală*, 25% au administrat șocul maxim de 450 de volți, iar 65% au administrat șocuri prezentate drept puternice sau periculoase.

Dintre cei 40 de subiecți de sex masculin care au participat la condiția-*martor*, 5% au administrat șocul maxim de 450 de volți și 85% au administrat șocuri considerate ușoare.

La fel ca și Asch, Milgram a observat variații în reacțiile subiecților din condiția experimentală. Luând în considerare media intensității șocurilor administrate la ultima întrebare, el distinge diferite categorii de subiecți, dintre care menționăm:

- *conformiștii*, care administrează în medie 414 volți la ultima aplicare;
 - *independenții*, care administrează în medie 72 de volți la ultima aplicare.
- Aceste rezultate surprinzătoare arată că:
- influența unui grup care exercită o presiune implicită asupra individului poate să-i modeleze conduita, chiar și într-o situație de puternică implicare morală și socială;
 - la baza acțiunilor subiectului nu stă înclinația către agresiune, pentru că acesta nu dă frâu liber agresivității sale într-o situație martor care i-ar permite acest lucru.

Astfel, conformismul nu se manifestă doar în „cuvinte”, ci și în „acțiuni”.

4. Al doilea experiment: efectele presiunii explicite a autorității

În urma acestui experiment asupra presiunii implicite a unui grup, Milgram s-a întrebat ce s-ar întâmpla dacă individul ar fi confruntat cu o majoritate care să exercite asupra lui o presiune explicită. Această întrebare a stat la baza studiului cu privire la *obediința față de autoritate*. În acest scop, Milgram a păstrat aceeași situație experimentală, modificând însă procedura.

4.1. Procedură experimentală: singur în fața autorității

Cinefilii vor regăsi procedura experimentală utilizată de Milgram (1974) pentru studiul obediinței în filmul *I de la Icar* de Henri Verneuil (1979). Acolo, ea este prezentată în mod parțial, dar foarte convingător.

Față de experimentul precedent, se modifică două aspecte ale procedurii experimentale:

- mai întâi, *sursa de influență*: nu mai avem o majoritate cantitativă (un grup), ci o majoritate calitativă (o autoritate);
- în al doilea rând, *tipul de presiune* pe care îl exercită sursa de influență asupra individului: aceasta nu mai este implicită, ci explicită.

Ca de obicei, sunteți un subiect naiv, care nu știe nimic despre cercetările lui Milgram; sosiți la laboratorul prestigioasei universități Yale, unde nu mai întâlniți trei persoane participante, ci doar una. Experimentatorul vă prezintă obiectivul presupus al experimentului (aceiași și la fel de fals) și cele două roluri care vor fi repartizate. Ca și în experimentul precedent, rolul elevului constă în a memora o listă de asociații de cuvinte, iar cel al monitorului în a administra pedepse în caz de răspuns greșit. Tragerea la sorți (trucată) vă plasează în rolul monitorului, iar pe colegul dumneavoastră, complicele experimentatorului, în rolul elevului. Dispozitivul este identic cu cel din experimentul precedent, dar regula pe care trebuie să o respectați se modifică.

Experimentatorul vă explică faptul că *trebuie să măriți intensitatea șocului electric la fiecare eroare*. La prima greșală trebuie să administrați elevului 15 volți, la a doua 30, la a treia 45 etc., până la 450 de volți. Vi se impune deci să utilizați regula propusă de complicii din experimentul precedent.

Experimentatorul, care reprezintă o *autoritate științifică*, rămâne în sala de experimentare, pentru a supraveghea buna desfășurare a ședinței.

Se înțelege că, pe măsură ce timpul trece, șocurile cresc și conflictul pe care îl resimțiți devine mai puternic. Reacțiile elevului (strigăte, urlete, plânsete) ajung la dumneavoastră. S-ar putea întâmpla să ezitați să administrați șocurile sau chiar să propuneți, la un moment dat, oprirea experimentului. Pentru acest tip de reacție, sunt prevăzute următoarele patru comenzi din partea experimentatorului (a autorității cu care vă confrunțați):

- „vă rog să continuați”;

- „continuați, pentru ca experimentul să se desfășoare conform planului”;
- „este absolut necesar să continuați”;
- „nu aveți de ales, trebuie să continuați”.

Ordinea lor este constantă. Abia după aceea experimentul este oprit.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** De ce nu se oprește experimentul după primele ezitări ale subiectului sau după prima sa solicitare de întrerupere?

Pentru a putea răspunde, amintiți-vă faptul că Milgram a dorit să studieze fenomenul obedienței care necesită o confruntare directă între individ și autoritate.

La sfârșitul ședinței, ca de obicei, i se dezvăluie subiectului adevăratul obiectiv al studiului, precum și toate „trucurile” folosite și necesitatea acestora. Această ședință de *debriefing* este, în acest caz, mai importantă decât în celelalte experimente. Scopul ei este de a-l deculpabiliza pe subiect, astfel încât acesta să poată ieși din laborator „cu conștiința împăcată”.

4.2. Rezultat: obediența față de autoritate

Rezultatele obținute de Milgram pe 40 de subiecți de sex masculin, cu vârste cuprinse între 25 și 50 de ani, depășesc chiar și cele mai pesimiste previziuni. Pe ansamblul participanților, șocul maxim mediu administrat este de 360 de volți și 63% dintre ei merg până la a administra șocul maximal de 450 de volți. Să ne reamintim (vezi primul experiment) că, în condiția-martor în care nu există nici o sursă de influență, șocul maxim mediu este de 82 de volți și doar 5% dintre subiecți administrează șocul maxim.

Derutat de aceste observații, Milgram a făcut ca protestele elevului să fie mai convingătoare. De exemplu, experimentatorul lăsa să se înțeleagă faptul că elevul are ușoare probleme cardiace sau că șocurile pot fi foarte dureroase etc. Aceste modificări nu schimbă cu nimic rezultatele: practic, aceeași proporție de subiecți se supun până la capăt exigențelor experimentatorului. Caracterul mai mult sau mai puțin convingător al reacțiilor subiectului nu este deci factorul determinant. Care este însă acesta? Pentru a răspunde la această întrebare, Milgram s-a inspirat în mare măsură din protocoalele convoierilor postexperimentale.

5. A treia serie de experimente: factorii care determină obediența față de autoritate

Milgram (1974) a consacrat a treia serie de experimente elucidării factorilor ce determină obediența față de autoritate. Astfel, modificând ușor situația experimentală, el a constatat că procentul de obediență a crescut de la 0% la peste 90%.

La nivel general, se pare să obediența față de autoritate fluctuează în funcție atât de distanța dintre elev (pe care îl vom numi de acum înainte „victimă”) și monitor, cât și de raporturile cu autoritatea.

5.1. Distanța față de victimă

Pentru a testa impactul distanței față de victimă, Milgram a modificat condițiile în care monitorul (subiectul naiv) aplica șocuri electrice elevului. El a creat următoarele patru situații:

- cea de distanță maximă: elevul se află în spatele unui perete, iar monitorul nu îl aude; reacțiile elevului sunt vizualizate pe un panou de semnalizare (abia de la 300 de volți monitorul începe să audă loviturile date de elev în perete);
- cea de distanță medie: monitorul aude strigătele elevului, fără a-l vedea pe acesta;
- cea de proximitate: elevul și monitorul se găsesc în aceeași sală, se văd și se aud;
- cea de contact: elevul și monitorul se află în aceeași sală, dar pentru a putea primi șocurile electrice elevul trebuie să atingă o placă specială. Din cauză că la intensități mai mari de 150 de volți acesta refuză să atingă placa, experimentatorul ordonă monitorului să-l constrângă pe elev, impunându-i astfel contactul fizic direct cu victima.

Astfel, în primele două situații, cei doi protagoniști sunt separați printr-un perete și se poate vorbi de distanța dintre ei. Diferența privește doar tipul de *feed-back* pe care-l primește monitorul: fie aude foarte slab reacțiile elevului (condiția fără *feed-back* vocal), fie le aude bine (condiția cu *feed-back* vocal).

În ultimele două situații, cei doi protagoniști se află în aceeași sală, deci putem vorbi de proximitate. Ultimul caz presupune un contact fizic între ei.

Rezultatele obținute de Milgram (1974) sunt, încă o dată, surprinzătoare. Atât șocurile medii administrate elevului, cât și procentajul de monitori care merg până la șocul maxim se modifică în funcție de situație (vezi tabelul 1).

Tabelul nr. 1. Efectele distanței față de victimă asupra obedienței în fața autorității (subiecți de sex masculin)

	Șocul maxim mediu	% subiecți care administrează șocul maxim de 450 de volți
Distanță : un perete îl separă pe monitor de elev		
Fără feed-back vocal	405	65,0%
Cu feed-back vocal	360	62,5%
Proximitate : monitorul și elevul se află în aceeași sală		
Fără contact fizic	300	40,0%
Contact fizic impus	255	30,0%
Condiția-martor (monitorul alege liber intensitatea șocurilor)	82	5,0%

Nivelul obedienței este mai ridicat (intensitatea șocurilor, dar, mai ales, procentajele subiecților care aplică intensitatea maximă sunt mai mari) în cele două situații în care peretele îi separă pe monitor și pe elev, față de situațiile în care cei doi se pot vedea și auzi.

Contactul vizual conduce la nesupunere, mai ales dacă este întărit de contactul fizic. Vom analiza semnificația acestui fapt la un nivel mai general.

În primul rând, faptul că ne aflăm în prezența victimei ne permite să conștientizăm mai ușor consecințele actelor noastre. Aceasta ne permite să observăm consecințele acțiunilor noastre asupra celorlalte persoane. Mai mult chiar : se poate schimba perceperea întregii situații. Să nu uităm că, atunci când monitorul își vede victima, el știe că, la rândul lui, este văzut de aceasta. Aceasta înseamnă că percepția pe care o are despre sine poate interveni, făcându-l să evalueze altfel situația în care se găsește. După cum ar spune gestaltiștii, el ajunge să-și redefiniească ansamblul câmpului perceptiv și, mai ales, percepția victimei, a autorității, a propriei persoane și a relațiilor pe care le întreține cu victima și cu autoritatea.

Obediența, ca și nesupunerea, nu ține doar de principiile noastre morale, ci și de funcționarea perceptivă și socială.

5.2. Raporturile cu autoritatea

În acest subcapitol vom analiza principalele aspecte ale autorității care au atras atenția lui Milgram, mai ales apropierea de individ, prestigiul acestuia, prezența discordanțelor în sânul autorității, precum și prezența unor persoane care contestă în mod deschis autoritatea.

5.2.1. Proximitatea autorității

Milgram (1974) a testat efectul proximității fizice a experimentatorului, deci a autorității. Dacă în experimentul clasic el era așezat la câteva zeci de centimetri de subiect, de data aceasta el părăsește sala experimentală după primele explicații și continuă să dea ordine prin telefon.

În acest caz, 22,5% dintre subiecți (9 din 40) au urmat toate indicațiile experimentatorului, iar șocul maxim mediu a fost de 270 de volți. În plus, ei nu s-au comportat în același mod, în funcție de prezența sau absența experimentatorului. Astfel, după ce acesta a părăsit sala, unii subiecți nu au mai respectat regula impusă și au administrat șocuri mult mai ușoare decât cele pe care ar fi trebuit să le aplice. În cursul conversațiilor telefonice, ei nu au dezvăluit această „trișare” experimentatorului. După cum semnaleză chiar Milgram, „au considerat că era mai ușor să-și rezolve conflictul prin acest subterfugiu decât printr-o revoltă deschisă împotriva autorității” (p. 84).

5.2.2. Prestigiul autorității

Milgram a organizat experimentul său clasic la Universitatea Yale, instituție față de care o mare parte dintre subiecți manifestau respect, uneori chiar teamă. El a dorit să afle dacă, atunci când cadrul instituțional devenea mai puțin prestigios și, mai ales, dacă era disociat de instituția universitară, procentul de obediență rămânea același. El a realizat un experiment la Bridgeport, Connecticut (1974). Experimentul s-a desfășurat într-o clădire comercială destul de dărăpănată și a fost prezentat subiecților ca fiind realizată sub egida Comitetului de Cercetare din Bridgeport (instituție, bineînțeles, inventată și deci complet necunoscută).

Rezultatele arată că, față de condiția de distanță maximă în care 65% dintre subiecți administrau 450 de volți, acum doar 47,5% dintre subiecți (19 din 40) au aplicat șocuri de această intensitate. Totuși, șocul maxim

mediu a rămas relativ ridicat (315 volți). Comentând aceste rezultate, care au infirmat așteptările sale, Milgram scria: „S-ar putea ca natura instituției, judecată după obiectivul ei declarat, mai degrabă decât după calitatea sa intrinsecă, să antreneze adeziunea. Oamenii depun banii într-o bancă, indiferent de aspectul exterior al acesteia, fără să ia în considerare existența unor diferențe între garanțiile de securitate oferite. De asemenea, subiecții noștri pot considera orice laborator la fel de competent, cu condiția să fie un laborator științific”.

▲ 10. Contractul cu autoritatea și angajarea subiectului

Se poate obiecta că subiecții manifestă obediență pentru că se simt obligați să respecte un contract social subînțeles. Nu au renunțat ei din start la liberul arbitru, în favoarea experimentatorului, pentru a contribui la progresul științei (valoare universal recunoscută)? La rândul său, elevul nu a renunțat și el la liberul arbitru prin acceptarea participării la experiment, după ce detaliile acesteia i-au fost prezentate? La toate aceste întrebări răspunsul este afirmativ. Oricât de dezagreabil ar fi acest experiment, este posibil ca subiecții să se simtă obligați să-și respecte angajamentul.

Pentru a preîntâmpina obiecții, Milgram (1974), după ce a dat toate explicațiile, le-a cerut subiecților să semneze declarația următoare:

„Mă angajez să nu întreprind nici o acțiune judiciară împotriva Universității Yale și a colaboratorilor acesteia în legătură cu participarea mea la acest experiment”. Dacă subiectul naiv semnează această declarație fără comentarii, colegul său, complice al experimentatorului, care joacă rolul elevului, precizează că o va semna doar cu condiția să i se adauge o clauză specială. El vrea să se poată retrage la cerere. Experimentatorul acceptă această condiție. Rezultatele arată că, în această situație, 40% dintre subiecți (16 din 40) administrează șocul maxim de 450 de volți, iar șocul maxim mediu este de 315 de volți. Deși cei care aplică șocul maxim sunt mai puțin numeroși, ei continuă să administreze șocuri electrice foarte puternice.

5.2.3. Discordanța în sânul autorității

Într-un alt experiment, Milgram (1974) a introdus doi reprezentanți ai autorității (adică doi experimentatori), pentru a analiza impactul discordanței dintre ei asupra procentului de obediență. Dacă până se atinge intensitatea de 150 de volți opiniile celor doi experimențatori coincid,

dincolo de acest prag, când elevul începe să protesteze, ei nu mai sunt de acord. Unul cere continuarea experimentului, în timp ce celălalt solicită întreruperea lui imediată.

În aceste condiții, nici un subiect nu merge până la administrarea șocului maxim de 450 de volți. Un subiect s-a oprit la 135 de volți, 90% dintre subiecți (18 din 20) la 150 de volți și unul singur a aplicat o intensitate de 165 de volți. Subiecții nu respectă regulile atunci când în sânul sistemului ierarhic există dezacorduri.

Totuși, Milgram a observat o tendință interesantă în comportamentul unor subiecți expuși respectivei situații. Aceștia au încercat să reconstituie coerența ierarhiei, printr-o tentativă de a stabili care dintre cei doi experimențatori este cel mai important, care este șeful.

5.2.4. Prezența contestatarilor autorității

În toate experimentele prezentate, subiectul se află singur în fața autorității. Ce se întâmplă însă atunci când el este înconjurat de persoane care sfidează autoritatea?

Pentru a răspunde la această întrebare, Milgram (1974) a introdus în scenariul său clasic alți doi complici, astfel încât trei persoane joacă acum rolul de monitor. Complicii refuză să mai administreze șocuri atunci când intensitatea atinge, respectiv, valorile de 150 de volți și 210 volți. Rezultatele arată că, în această situație, în care două persoane se revoltă împotriva autorității, doar 10% dintre subiecți (4 din 40) merg până la administrarea șocului maxim, iar șocul maxim mediu este de 240 de volți. Avem de-a face cu un fenomen foarte interesant, care ne arată că grupul constituie o sursă importantă de sprijin pentru individ. Iată cum comentează Milgram (1974) această situație: „Eficacitatea presiunii grupului în contestarea autorității experimentatorului ne readuce în minte cele trei motive principale care explică acțiunile individului în viața de zi cu zi: mai întâi, criteriile personale, apoi teama de a suferi sancțiuni din partea autorității și, în fine, teama de a-și vedea conduita blamată de colegii de grup. Când un individ vrea să se împotrivescă autorității, cel mai bun mod de a-și atinge scopul este să se sprijine pe grupul din care face parte: solidaritatea rămâne protecția cea mai eficace împotriva exceselor din partea autorității. (Aceasta nu înseamnă că grupul are întotdeauna dreptate: linșajele și bandele de răufăcători ne reamintesc faptul că influența exercitată de grup poate fi, uneori, nefastă)” (pp. 151-152).

▲ 11. Schimbarea rolurilor și obediența față de autoritate

Partea cea mai puțin cunoscută, deși foarte interesantă, a lucrărilor lui Milgram se referă la o serie de experimente în care monitorul, elevul și experimentatorul își schimbă rolurile între ei.

Ce se întâmplă atunci când nu experimentatorul impune administrarea șocurilor electrice (dimpotrivă, el ordonă oprirea experimentului), ci chiar elevul, sub pretextul că vrea să-și îndeplinească sarcina? În acest caz, 100% (20 din 20) dintre subiecți se opresc la 150 de volți (momentul în care experimentatorul ordonă oprirea) și deci se supun autorității.

Ce se întâmplă atunci când subiectul este un observator, adică este eliberat de obligația de a pedepsi victima, dar asistă la situația în care altcineva administrează șocurile? Deși toți subiecții „observatori” au blamat acțiunea monitorului, iar unii chiar l-au agresat, 69% dintre ei (11 din 16) au asistat la administrarea șocului maxim de 450 de volți, șocul maxim mediu fiind de 375 de volți.

Ce se întâmplă atunci când experimentatorul joacă rolul victimei? Precizăm că, pentru-a realiza această condiție, Milgram a folosit o metodă interesantă. În momentul în care elevul (care este tot complice al experimentatorului) află că va primi șocuri electrice, declară că vrea să plece pentru că nu suportă șocurile. El sfârșește prin a accepta să continue experimentul, sensibil la argumentul dificultății recrutării subiecților, dar cu condiția să vadă mai întâi pe cineva care primește șocurile. Experimentatorul propune atunci să joace el rolul elevului. În această condiție experimentală, toți subiecții (20 din 20) se opresc la 150 de volți, adică la intensitatea la care experimentatorul le cere să se oprească. Ei se supun deci autorității.

În încheierea acestei treceri în revistă a efectelor provocate de diferitele caracteristici ale autorității și a efectelor datorate schimbării rolurilor între cei trei protagoniști, vă supunem spre analiză datele conținute în tabelul 2.

Constatăm că obediența scade în mod considerabil, atât la nivelul procentajului subiecților care aplică șocul de intensitate maximă, cât și la nivelul șocului maxim mediu, atunci când autoritatea nu este prezentă fizic sau când este contestată deschis.

Nesupunerea (situația în care o persoană nu administrează șocul maxim) se manifestă atunci când apar dezacorduri în sânul autorității.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Ce demonstrează rezultatele obținute în următoarele două situații: (1) atunci când se administrează șocuri chiar autorității; (2) atunci când victima (elevul) solicită executarea ordinelor, în ciuda opoziției din partea autorității? Obediență sau nesupunere față de autoritate?

Tabelul nr. 2. Efectele caracteristicilor autorității și ale schimbării rolurilor asupra obedienței față de autoritate (tabel recapitulativ)

	Șoc maxim mediu aplicat de subiecți	% subiecți care administrează șocul maxim de 450 de volți
Subiectul în rol de observator (chenarul 11)	375	68,7%
Cadru instituțional mai puțin prestigios	315	47,5%
Contract prealabil participării (chenarul 10)	315	40,0%
Absența fizică a experimentatorului	270	22,5%
Prezența unor contestatari ai autorității	240	10,0%
Dezacord în sânul autorității	150	0,0%
<i>Condiție martor:</i> <i>Monitorul alege liber intensitatea șocurilor</i>	82	5,0%
		% subiecți care se opresc la șocul maxim de 150 de volți
Elevul cere continuarea experimentului împotriva opiniei autorității (chenarul 11)		100%
Autoritatea (experimentatorul) ia locul victimei (chenarul 11)		100%

6. Factorii de care nu depinde obediența față de autoritate

S-ar putea ca această formulare să vă surprindă; mai des se întâmplă, în discutarea unui fenomen, să se analizeze factorii care îl determină, și nu cei care nu îl determină. De obicei, studenții au dificultăți în a detecta predictorii obedienței. Din acest motiv, este necesar să ne oprim asupra factorilor de care nu depinde obediența, cum ar fi, de exemplu, sexul subiecților. Rezultatele obținute de Milgram (1974) arată că, în versiunea clasică a experimentului (cu distanță între elev și monitor), subiecții de sex feminin administrează în medie maxim 360 de volți, iar 65% (26 din 40)

administrează șocul maxim de 450 de volți. Prin urmare, rezultatele sunt similare celor obținute în cazul subiecților de sex masculin. Printr-un procedeu oarecum diferit Kilham și Mann (1974) au nuanțat acest rezultat. Ei au arătat că femeile au o tendință mai redusă de a se supune, comparativ cu bărbații, atât în situația în care transmiteau ordinele, cât și atunci când le executau (în primul caz, 40% dintre femei față de 80% dintre bărbați, iar în al doilea – 10% dintre femei față de 50% dintre bărbați). Iată o temă de meditație pentru cei care consideră că femeile sunt mai supuse decât bărbații.

✓ Shanab și Yahya (1977) au obținut rezultate care sugerează că nivelul de obediență la copii – împărțiți în trei grupuri de vârstă (6-8 ani, 10-12 ani și 14-16 ani) – este comparabil cu cel al adulților. Prin urmare, copiii și adolescenții nu sunt mai supuși, nici mai rebeli decât adulții. Totuși, nu putem compara dispozitivul experimental al lui Shanab și Yahya cu cel al lui Milgram.

În fine, nici o trăsătură de personalitate nu este un bun predictor al obedienței. Doar subiecții care prezentau scoruri ridicate pe scala ce măsoară autoritarismul par a fi mai înclinați să se supună și să administreze șocuri mai puternice (Elms și Milgram, 1966), sau pentru a-l cita pe Milgram, „Psihologia socială modernă ne învață o lecție de o importanță capitală: în majoritatea cazurilor, ceea ce determină acțiunea unei ființe umane este mai puțin tipul de individ pe care îl reprezintă și mai degrabă tipul de situație cu care el se confruntă” (p. 253).

7. Puncte de vedere critice: deontologia experimentului lui Milgram

► E RÂNDUL VOSTRU: Imaginați-vă că sunteți în locul unuia dintre acești subiecți, care administrează 450 de volți unui elev ce nu reușește să reconstituie corect asociațiile dintre cuvinte. La sfârșitul experimentului, vă dați seama ce ați făcut și deci ce sunteți în stare să faceți. Ce veți gândi despre propria persoană?

Deontologia experimentului lui Milgram a fost puternic contestată, mai ales în presa americană.

Situația pe care el a creat-o pare să fie la fel de traumatizantă pentru subiecți ca și conduita acestora față de elevi. În opinia unora, această procedură depășește limita pe care un cercetător ar trebui să și-o impună. De ce?

Experimentatorul este pe deplin responsabil de starea subiecților săi. El nu poate sub nici un pretext să-i expună unor pericole reale, oricare ar fi natura acestora – fizică sau psihică. A încălcat Milgram această normă deontologică?

Ne putem imagina că subiecții care au participat la acest experiment și care s-au văzut obligați să administreze șocuri electrice capabile să pună în pericol sănătatea și chiar viața unei persoane care nu le-a făcut nici un rău au fost traumatizați și profund tulburați.

Se pare că, după încheierea experimentului, 84% dintre subiecții interogați de Milgram s-au declarat bucuroși de a fi participat la acest studiu. Doar 1% au regretat că s-au oferit voluntari. Examenul psihiatric efectuat după un an subiecților celor mai afectați de participarea la studiu (în număr de 40) arată absența oricărei urme de tulburări profunde sau durabile.

În plus, anterior realizării acestui studiu, Milgram și-a prezentat proiectul unui grup de psihiatri și studenți. Conform celor mai pesimiste predicții, nici un subiect nu urma să depășească bariera de 130 de volți. Este evident că Milgram nu putea să prevadă că 63% dintre ei vor administra șocul maxim de 450 de volți. Acest argument este valabil pentru primele experimente, însă nu și pentru cele care au urmat.

Schlenker și Forsyth (1977) au contribuit la calmarea acestei polemici asupra deontologiei procedurii utilizate de Milgram. Cei care își închipuie că ei au făcut apel la un argument moral suprem se înșală. Ei au „aruncat mingea” în terenul acuzatorilor. Rezultatele experimentului lor arată că dacă trișăm puțin atunci când prezentăm rezultatele lui Milgram și anunțăm că nu 63%, ci doar 10% dintre subiecți au ajuns să aplice șocuri de 450 de volți, foarte puțini oameni își pun întrebări cu privire la caracterul traumatizant al procedurii. Chiar dacă, într-o altă condiție experimentală, autorii precizează „în mod onest” că subiecții care au administrat șocuri de 450 de volți au suferit ulterior tulburări psihice profunde și durabile, acest fapt nu determină o creștere a numărului persoanelor „indignate” de procedură. Prin urmare, un rezultat mai puțin șocant ar face procedura mai acceptabilă. În concluzie, ceea ce șochează este procedura sau conduita noastră?

În încheierea acestui capitol, vă prezentăm concluzia pe care Milgram o extrage din experimentele sale: „În marea lor majoritate, oamenii fac ceea ce li se spune să facă, fără a ține seama de natura actului prescris și fără a întâmpina obiecții din partea propriei conștiințe, dacă ordinul pare să emane de la o autoritate legitimă” (p. 223).

De reținut

- Conformismul se manifestă nu doar în „cuvinte”, ci și în „acțiuni”.
- Influența unei autorități recunoscute (o majoritate calitativă) determină obediința.
- Obediența fluctuează în funcție de distanța și de raporturile dintre autoritate și individ.
- Comportamentele individului sunt în mare parte determinate de tipul de situație socială cu care este confruntat.

Capitolul 4

Inovația**Cuprins**

1. Atuul minorității : consistența comportamentală	86
1.1. Consistența unui individ minoritar confruntat cu o majoritate fără preferință stabilită	86
1.2. Consistența unui individ minoritar confruntat cu o majoritate care posedă o normă implicită	88
1.3. Consistența unei minorități confruntate cu o majoritate care posedă o normă explicită	92
2. Particularitatea minorității : influența indirectă	95
2.1. Influență minoritară și schimbare latentă	96
2.2. Influență minoritară și conversiune : indici o culoare când, de fapt, vezi alta	98

Obiective

- După studierea acestui capitol, studentul trebuie să fie capabil :
- să explice în ce constă diferența dintre abordarea funcțională și abordarea genetică a influenței ;
 - să indice modul în care, prin intermediul experimentelor, se poate demonstra faptul că unul dintre principalele atuuri ale unei minorități este consistența comportamentală ;
 - să indice corespondenții influenței indirecte și să citeze experimentele care se referă la aceasta.

Este posibil ca tot ceea ce s-a afirmat în capitolele precedente să lase impresia că influența este un teren privilegiat al majorității și că a-i rezista, în cele mai multe cazuri, este nu doar dificil, dar și nerecomandabil. Majoritatea, fie ea cantitativă sau calitativă, reprezintă adesea ordinea și sistemul social stabilit. Pozițiile sale reflectă comportamentele, opiniile, judecățile dominante. Poate că această ordine socială și acest sistem social sunt imperfecte, iar noi le-am putea ameliora comportându-ne și gândind altfel. Dar este posibil, de asemenea, ca acest sistem să merite a fi perpetuat sub cele mai multe dintre aspectele sale. În acest caz, a-l repune în discuție – îndepărtându-ne astfel de normele și de valorile dominante, propunând altele – nu prezintă riscul unui dezechilibru sau al unei dezordini? Dacă răspunsul este afirmativ, înțelegem de ce influența majoritară are o funcție importantă în societate: ea reduce acest risc.

Evident, afirmațiile noastre sunt în mod intenționat exagerate; scopul lor este de a sublinia ingeniozitatea și perseverența lui Serge Moscovici, care a readus în discuție această abordare a influenței sociale denumită *funcționalistă* și a impus alta, pe care a numit-o *genetică*. Publicarea studiului său – întâi în limba engleză (*Social Influence and Social Change*, 1976) și apoi în franceză, în cartea *Psychologie des minorités actives* (1979, 1996) – a fost un eveniment. În ce constă această influență?

Sistemul social este definit și produs de cei care participă la el. Ceea ce înseamnă că nu este un dat prestabilit, ci face obiectul unei construcții. Relația dintre individ sau grup și sistemul în care funcționează nu este univocă, ci reciprocă. Indivizii se adaptează sistemului; prin compensație, sistemul evoluează în funcție de aceștia (în felul său, se adaptează la indivizi). Astfel, Moscovici postulează că fiecare membru al grupului, indiferent de rangul său, este în același timp țintă și sursă de influență. Influența socială nu acționează doar pentru a conserva un sistem social deja existent, dar și pentru a distruge *statu quo*-ul și a genera schimbarea. Dacă adoptăm acest punct de vedere, nu mai putem considera nonconformismul ca o formă de devianță. Din contra, el apare ca o situație de conflict între cei care apără anumite norme sau valori și cei care adoptă alte norme, cu scopul de a le schimba pe primele. Dar atât conflictul, cât și schimbarea sunt fenomene necesare evoluției unei societăți. Fiind analizată nu doar din punctul de vedere al dominanților, dar și din punctul de vedere al dominaților, societatea are de câștigat.

Influența nu aparține exclusiv majorității. Ea este și un domeniu al minorității. De unde apare această influență minoritară? Ce are ea specific

în raport cu influența majoritară? Dacă, așa cum ne asigură Moscovici, „nu este rău să fii deviant; este însă tragic să rămâi așa” (1996, p. 86), cum să eviți tragicul și să păstrezi elementele pozitive?

Faptul de a propune acest nou cadru teoretic pentru a integra inovarea în câmpul influenței sociale era prima, dar nu și ultima provocare a lui Moscovici și a colaboratorilor săi. Era necesar să fie propuse ipoteze care să decurgă din acest nou cadru teoretic, să fie verificate și apoi să fie create noi paradigme experimentale. Cele care fuseseră impuse de abordarea funcționalistă nu mai erau suficiente.

▲ 12. Pentru a schimba norma grupului de apartenență, trebuie întâi să i te conformezi

Cu mult înaintea apariției lucrărilor lui Moscovici asupra influenței minoritare, alți psihologi au abordat problema fundamentelor schimbării sociale. Ei o considerau apanajul anumitor indivizi (elitele) care, după ce au aderat la normele grupului, s-au afirmat ca o autoritate, permițându-și să impună schimbări. Pe scurt, se considera că, pentru a fi inovator, trebuia mai întâi să devii un conformist perfect.

Merei (1949), un psiholog ungar, a realizat un studiu foarte interesant, care urmează liniile acestui curent. Publicarea rezultatelor pe care le-a obținut i-a adus recunoașterea în mediul științific, dar și unele neplăceri, o dată cu instaurarea regimului comunist în țara sa. Obiectivul lui Merei era să analizeze acțiunile unui lider. Pentru aceasta, el a început prin a observa grupuri de copii cu vârste cuprinse între 4 și 11 ani, pentru a-i descoperi pe cei care își asumau rolul de șefi (dădeau ordine, manifestau o anumită agresivitate, luau inițiative etc.). Copiii care nu aveau această predispoziție au fost împărțiți în douăsprezece grupuri. Membrii fiecărui grup s-au întâlnit de mai multe ori, ceea ce le-a permis să stabilească anumite obișnuințe și tot felul de „tradiții normative”. Când acestea au fost stabilizate, Merei a introdus în fiecare dintre aceste grupuri un nou membru: un copil reperat în prealabil ca lider. Acesta, bineînțeles, nu era la curent cu tradițiile normative ale grupului în care fusese introdus. Urmărirea sistematică a acestor copii i-a permis lui Merei să definească parcursul-tip al unui lider. Acesta începe prin a încerca să schimbe tradițiile și este repede respins de grup. Foarte curând, el face o concesie, acceptând și învățând tradițiile grupului. Aceasta îi permite să câștige popularitate și autoritate. Atunci el începe să introducă modificări, la început ne semnificative, în ce privește tradițiile și sfârșește prin a le schimba, fără ca grupul să protesteze sau să îl respingă.

1. Atuul minorității : consistența comportamentală

Una dintre primele întrebări care s-au impus se referea la condițiile în care apare influența minoritară. O minoritate, spre deosebire de majoritate, nu dispune nici de un număr mare de partizani, nici de un statut înalt sau de o autoritate recunoscută. Atunci, prin ce se face remarcată ea pentru a-și exercita influența?

Prin *stilul ei de comportament*, răspunde Moscovici (1979). Mai precis, o minoritate trebuie să dea impresia de a fi implicată, voluntară și suficient de încrezătoare în ea însăși pentru a-și permite să adopte atitudini noi, neobișnuite sau nepopulare. În plus, ea este interesată să-și păstreze autonomia și independența, să nu se arate prea rigidă, dogmatică. Totuși, principalul său atu rămâne consistența pozițiilor sale atât în timp, cât și în anumite situații.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** De ce este consistența atât de importantă?

Pentru a răspunde la această întrebare, gândiți-vă la stilul comportamental și la aspectele pe care le-am putea deduce pornind de la observarea sa. Amintiți-vă de experimentul lui Asch. Subiectul naiv aude câteva persoane (complici ai experimentatorului) repetând de mai multe ori că linia A corespunde cel mai bine liniei-etalon. El poate deduce că persoanele care își afirmă poziția cu o asemenea constanță sunt sigure pe ceea ce spun. În plus, dacă un act izolat poate trece neobservat, același act, repetat de mai multe ori, este nu doar reperat, dar devine semnificativ.

Totuși, cum se poate demonstra experimental că această consistență comportamentală stă la baza influenței exercitate de o minoritate?

1.1. Consistența unui individ minoritar confruntat cu o majoritate fără preferință stabilită

Moscovici și Faucheux (1972) au realizat două experimente pentru a evidenția importanța stilului comportamental al minorității și mai ales consistența sa. În aceste experimente, minoritatea este compusă dintr-un singur individ. În primul experiment pe care îl vom analiza, autorii utilizează o majoritate numerică, care nu are o preferință clar stabilită.

1.1.1. Procedura experimentală: preferințe perceptivă

Imaginați-vă că sunteți subiecții unui experiment, despre care vi se spune că face parte dintr-un studiu de psihologie aplicată la problemele navigației aeriene și spațiale. S-a constatat că operatorii de trafic aerian sunt expuși unui număr crescut de informații (au din ce în ce mai multe ecrane de urmărit, aparate de ghidat simultan etc.). Din motive de securitate, trebuie să li se simplifice munca și să li se prezinte cât mai clar informațiile de care au nevoie. Pentru a identifica factorii care facilitează lizibilitatea informațiilor primite de operatorii din turnul de control, s-au reprodus, într-o manieră simplificată, condițiile lor de lucru. Astfel, vi se vor prezenta 64 de desene, care variază în funcție de patru factori: mărime (desen mare sau mic), culoare (roșu sau verde), formă (rotunjit sau ascuțit) și contur (punctat sau cu linie continuă). Sarcina voastră constă în a indica, în cazul fiecărui desen, factorul care vi se pare cel mai adecvat pentru un reperaj rapid.

Bineînțeles, nu vi se dezvăluie faptul că un singur factor rămâne neschimbat de la un desen la altul (de exemplu, dacă primul este mare-roșu-rotunjit-punctat, al doilea trebuie să fie de aceeași mărime, dar de culoare, formă și contur diferite; acesta este deci mare-verde-ascuțit-continuu; al treilea desen va fi mic-verde-rotunjit-punctat; al patrulea va fi mic-roșu-ascuțit-continuu și așa mai departe, până la epuizarea tuturor combinațiilor).

Descoperiți că ați fost repartizați într-un grup format din patru sau cinci persoane. Sunteți invitați să vă așezați în jurul unei mese; experimentatorul ia loc la aceeași masă. E de la sine înțeles că nu vă dați seama că printre colegii voștri se află un complice al experimentatorului. Pe tot parcursul experimentului, el alege culoarea ca factor care facilitează reperajul rapid al informației, în timp ce voi, ca și ceilalți subiecți naivi nu aveți încă o părere exactă, o preferință stabilită. El reprezintă deci poziția minoritară și, prin repetarea alegerii sale, face dovada unei consistențe comportamentale. Voi și ceilalți subiecți naivi constituiți majoritatea.

În condiția-martor a acestui experiment, totul se desfășoară în același mod, dar în absența complicelui.

1.1.2. Rezultat :

consistența alegerilor unui individ influențează majoritatea

Dacă această consistență a poziției minoritare ar sta la baza influenței exercitate de o minoritate, numărul opțiunilor pentru factorul „culoare” ar trebui să fie mai mare în grupurile experimentale decât în grupurile-martor. Într-adevăr, culoarea este aleasă, în medie, de 21 de ori în grupurile experimentale și de 15 ori în grupurile-martor.

Această tendință este confirmată și de un alt indicator al influenței minoritare, mai precis de organizarea preferințelor subiecților. Moscoviți și Faucheux (1972) au remarcat că subiecții nu își exprimă preferința în mod izolat (o singură dată, pentru a și-o schimba ulterior), ci mai curând în serie (mai multe ori la rând). Aceasta se observă la alegerea culorii în grupurile experimentale. Subiecții optează pentru acest factor în două sau mai multe rânduri.

Consistența comportamentală a unui individ minoritar pare deci să influențeze, în același timp, frecvența și organizarea răspunsurilor majorității.

► **E RÂNDUL VOSTRU :** Ce critică putem aduce acestui prim experiment al lui Moscoviți și Faucheux? Ne permite el să concluzionăm că nu o altă caracteristică a minorității, ci consistența sa comportamentală stă la baza influenței exercitate de această? Care ar fi această caracteristică?

1.2. Consistența unui individ minoritar

confruntat cu o majoritate care posedă o normă implicită

Moscoviți și Faucheux (1972) au realizat un al doilea experiment, pentru a răspunde eventualelor critici pe care le-ar fi putut suscita precedentul lor experiment. Acestea se refereau la alte caracteristici ale minorității, diferite de consistența comportamentală, care ar sta la originea influenței exercitate de aceasta.

Încercând să răspundeți la ultima întrebare, v-ați gândit, poate, la diferența dintre poziția adoptată de minoritate și tendința majoritară. Pentru moment, nimic nu ne permite să excludem ideea că minoritatea exercită o influență asupra majorității, deoarece poziția pe care o adoptă ea nu se deosebește prea mult de cea a majorității. De asemenea, nu putem demonstra că un conformism inițial al minorității față de majoritate (vezi chenarul 12) nu se află la originea influenței pe care această minoritate o exercită.

Cei doi autori și-au propus ca obiectiv testarea următoarelor două ipoteze :

1. adevărata cauză a influenței este consistența comportamentului minorității, și nu diferența dintre poziția sa și cea a majorității ;
2. conformismul inițial poate consolida influența minoritară, dar nu stă la baza influenței exercitate de această minoritate.

1.2.1. Procedură experimentală :

obișnuințe verbale în asocierile de cuvinte

De această dată, Moscoviți și Faucheux s-au referit la fenomenul normelor implicite care ne dirijează comportamentele, fără ca noi să fim conștienți de influența lor și de faptul că, în realitate, ele stau la baza deciziilor noastre. Mai precis, au analizat acele obișnuințe verbale care, într-o colectivitate care le împărtășește, funcționează ca regularități (norme). Una dintre ele se manifestă prin faptul că, la un cuvânt-stimul (de exemplu, „portocală”), răspundem frecvent prin două tipuri de asociații. Primul corespunde unui calificativ (de exemplu, „rotundă”) și celălalt – unui cuvânt supraordonat, desemnând un termen (o categorie) mai general („fruct”).

Subiecților li s-a propus o listă în care pentru fiecare cuvânt-stimul figurau două asocieri, corespunzând unui calificativ, respectiv unui cuvânt supraordonat. Sarcina subiectului consta în a alege cea asociație care, după părerea lui, era cel mai puternic legată de cuvântul-stimul.

Ca și în experimentul precedent, subiecții sunt împărțiți în grupuri de patru persoane. În condiția experimentală, printre aceste persoane se găsește și complicele ; în condiția-martor, grupul este compus doar din subiecți naïvi. Pe parcursul experimentului, complicele alege în mod sistematic o asociație supraordonată.

Ingeniozitatea procedurii constă în modul de alcătuire a listei de asociații. În realitate, există două variante (A și B). Ele diferă în funcție de probabilitatea obiectivă a alegerii unei asocieri supraordonate. În varianta A, se prezintă mai întâi cuvintele-stimul pentru care se alege mai frecvent un cuvânt supraordonat decât un calificativ și apoi invers, cuvintele pentru care se alege mai frecvent un calificativ decât un cuvânt supraordonat. În schimb, în varianta B se prezintă mai întâi cuvintele pentru care se alege mai frecvent un calificativ decât un cuvânt supraordonat, apoi invers. În felul acesta obținem două situații complet diferite.

În prima situație (varianta A), inițial, răspunsurile complicei corespund tendinței majoritare. Propunând asociații supraordonate, el urmează inițial tendința majoritară. Acestea sunt aranjate în așa fel încât subiecții naivi aleg și ei o asociație supraordonată. Totuși, lista este lungă (ea conține 89 de cuvinte-stimul) și, pe măsură ce șansele subiecților naivi de a indica în mod spontan o asociație supraordonată se diminuează, complicele adoptă o atitudine „conservatoare”. El nu mai urmează tendința majoritară și nu se adaptează schimbărilor obișnuințelor verbale (vezi tabelul 3).

În cea de-a doua situație (varianta B), inițial, răspunsurile complicei apar ca „deviante”. El enunță o asociație supraordonată pentru cuvintele pentru care subiecții naivi aleg mai curând un calificativ. Abia spre sfârșit el se alătură tendinței majoritare (vezi tabelul 3).

1.2.2. Rezultat: consistența alegerii unui individ minoritar influențează majoritatea

Independent de variantă, numărul de opțiuni pentru asociațiile supraordonate este mai ridicat în grupurile experimentale decât în grupurile-martor. În medie, acesta este egal cu 74 (varianta A) și 64 (varianta B) în condiția experimentală, respectiv 58 (varianta A) și 54 (varianta B) în condiția de control (deci în absența complicei). Indiferent de atitudinea pe care o adoptă („conservatoare” sau „deviantă”), complicele pare să exercite o influență asupra majorității.

Exercită el o influență mai puternică atunci când răspunsurile sale sunt mai apropiate de cele ale majorității?

Dacă răspunsul la această întrebare ar fi afirmativ, ar trebui să înregistrăm mai multe opțiuni pentru asocierile supraordonate atunci când răspunsurile complicei nu se îndepărtează de tendința majoritară. Este situația primei părți de la varianta A și a celei de-a doua părți a variantei B (vezi tabelul 3). Rezultatele arată că, față de subiecții din grupurile-martor, subiecții din grupurile experimentale preferă asociațiile supraordonate pentru a doua parte a variantei A, ca și pentru prima parte a variantei B. Influența complicei (individul minoritar) se exercită asupra totalității răspunsurilor subiecților. Ea nu se reduce la situațiile în care complicele se apropie de tendința majoritară.

Tabelul nr. 3. Schema celor două variante ale procedurii experimentale

Două tipuri de asociații propuse pentru fiecare din cele 89 cuvinte		Tendința dominantă (majoritară) în alegerea unei asociații	Opțiunea individului minoritar (complicele)	Situația individului minoritar (complicele) în raport cu majoritatea
Varianta A				
Supraordonat	Calificativ	Supraordonat	Supraordonat	Nici o diferență (individul minoritar se conformează tendinței majoritare)
Supraordonat	Calificativ	Supraordonat	Supraordonat	
Supraordonat	Calificativ	Supraordonat	Supraordonat	
Supraordonat	Calificativ	Supraordonat	Supraordonat	
...	
Supraordonat	Calificativ	Calificativ	Supraordonat	Diferență (individul minoritar este conservator)
Supraordonat	Calificativ	Calificativ	Supraordonat	
Supraordonat	Calificativ	Calificativ	Supraordonat	
Supraordonat	Calificativ	Calificativ	Supraordonat	
Supraordonat	Calificativ	Calificativ	Supraordonat	
...	
Varianta B				
Supraordonat	Calificativ	Calificativ	Supraordonat	Diferență (individul minoritar este deviant)
Supraordonat	Calificativ	Calificativ	Supraordonat	
Supraordonat	Calificativ	Calificativ	Supraordonat	
Supraordonat	Calificativ	Calificativ	Supraordonat	
Supraordonat	Calificativ	Calificativ	Supraordonat	
...	
Supraordonat	Calificativ	Supraordonat	Supraordonat	Nici o diferență (individul minoritar se conformează tendinței majoritare)
Supraordonat	Calificativ	Supraordonat	Supraordonat	
Supraordonat	Calificativ	Supraordonat	Supraordonat	
Supraordonat	Calificativ	Supraordonat	Supraordonat	
Supraordonat	Calificativ	Supraordonat	Supraordonat	
...	

O altă constatare interesantă se referă la rolul conformismului inițial al individului minoritar. Acesta din urmă corespunde situației create în varianta A, unde complicele aderă la început la tendința majoritară, manifestându-și conformismul, și apoi se îndepărtează de aceasta. Dacă manifestarea conformismului inițial ar fi fost condiția necesară a influenței minoritare, aceasta nu ar trebui să se manifeste în varianta B, unde, brusc, complicele adoptă o poziție deviantă în raport cu cea a majorității. Știm deja că nu se întâmplă așa ceva, deoarece complicele influențează alegerile

subiecților indiferent de condiție. Totuși, el exercită o influență mai puternică atunci când se conformează inițial majorității, caz în care se obține o medie de 74 alegeri de asociații supraordonate în varianta A, față de 64 alegeri de acest tip în varianta B.

1.3. Consistența unei minorități confruntate cu o majoritate care posedă o normă explicită

Într-unul dintre cele mai celebre experimente asupra influenței minoritare, Moscovici, Lage și Naffrechoux (1969) au pus la punct un dispozitiv conceput pentru a se respecta următoarele cinci postulate:

1. Conflictul dintre poziția minorității și cea a majorității este intensificat de consistența și de consensul minorității (aspect pe care Asch a încercat să-l abordeze în experimentele sale, între altele, modificând numărul de complici a căror părere este contrară celei exprimate de subiectul naiv).
2. Estimarea pe care subiecții trebuie să o facă implică în mod necesar obiectivitatea (ca în cazul comparării liniilor în experimentul lui Asch).
3. Pozițiile minorității și majorității se exclud, fără ca una să fie negarea celeilalte (contrar a ceea ce s-a întâmplat în majoritatea cazurilor în experimentul lui Asch).
4. Diferențele de estimare nu pot fi atribuite diferențelor proprii indivizilor (aspect care în experimentele lui Asch nu a fost elucidat în mod direct).
5. În afara experimentului, opinia majoritară coincide cu opinia dominantă (a tuturor celor care nu participă la experiment), în timp ce opinia minoritară este diferită (contrar experimentului lui Asch, când opinia subiectului naiv, minoritar, corespunde opiniei dominante).

Prin urmare, aceste postulate se referă la experimentele lui Asch. Mai precis, ele se referă la ideea conform căreia Asch a pus la punct un dispozitiv care să permită mai curând analiza influenței minoritare decât a celei majoritare (vezi ultima secțiune a capitolului consacrat conformismului).

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Pentru a înțelege mai bine raportul dintre studiul pe care urmează să îl analizăm și studiile lui Asch, amintiți-vi-le (recitiți-le) pe acestea din urmă.

1.3.1. Procedură experimentală: indicarea culorilor

Atunci când s-a realizat pentru prima dată acest experiment, doar femeile au fost acceptate ca subiecți. Motivul era foarte banal: subiecții trebuiau să indice culorile care apăreau într-o serie de diapozitive. Autorii erau convingși că femeile, interesându-se mai mult de culori decât bărbații, vor obosi mai greu. Sperăm totuși că, indiferent de sex, vă veți pune cu ușurință în locul subiecților.

Experimentul se derulează în grupuri de șase indivizi, dintre care patru sunt subiecți naivi, iar doi sunt complici ai experimentatorului. Este inutil să precizăm că primii constituie o majoritate, iar cei din urmă – o minoritate numerică.

Vi se spune că studiul se referă la percepția culorilor și vi se cere să apreciați culoarea și intensitatea luminoasă a unei serii de diapozitive (acest tip de apreciere implică în mod necesar obiectivitate, vezi postulatul 2). Înainte de începerea testului, veți fi supuși unui test de „discriminare cromatică”, cu scopul de a atesta că nimeni nu suferă de tulburări de vedere. Trecerea acestui test permite efectiv reperarea subiecților care prezintă anomalii, dar principalul obiectiv este de a infirma, în cazul subiecților naivi, bănuiala că răspunsurile complicilor (diferite de cele ale subiecților) s-ar datora unei tulburări de vedere (vezi postulatul 4).

În fața diapozitivelor (stimulilor) utilizate, experimentatorii au plasat două filtre diferite:

1. primul permite trecerea razelor luminoase cu lungimea de undă dominantă în gama albastru ($\lambda = 483,5$), ceea ce înseamnă că acest diapozitiv este perceput ca fiind „albastru” și că opinia majoritară asupra culorii corespunde în mod real tendinței dominante (vezi postulatul 5);
2. celălalt reduce intensitatea luminoasă pentru trei diapozitive din șase, cu scopul de a face sarcina mai puțin monotona pentru subiecți.

Priviți în total 36 de diapozitive, grupate în serii de câte 6. Fiecare diapozitiv este expus timp de 15 secunde și este separat de următorul de 5 secunde de întuneric. Vi se cere să indicați culoarea cu voce tare și să evaluați luminozitatea pe o scară de la 0 la 5 (de la cea mai întunecată la cea mai luminoasă). Cei doi complici indică, la fiecare încercare, culoarea verde. Ei sunt deci consistenți individual și consensuali (vezi postulatul 1). Veți ghici cu ușurință că subiecții naivi, și deci majoritari, indică culoarea albastră. Aceste două poziții, majoritară și minoritară, se exclud reciproc, fără ca una să fie negația celeilalte (vezi postulatul 3). „Este verde”

(poziție minoritară) nu e negația lui „este albastru” (poziție majoritară). Aceasta ar fi, de exemplu, „nu este albastru”.

La sfârșitul experimentului, completați un chestionar postexperimental referitor la stimuli (diapozitivele prezentate), pe de o parte, și la membrii grupului vostru (competența lor, convingerea etc.), pe de altă parte.

Într-o altă condiție experimentală, totul se derulează ca mai înainte, dar minoritatea nu manifestă nici fermitate, nici consistență. Complicii indică uneori culoarea verde, alteori culoarea albastră. Jumătate dintre subiecți dau dovadă de inconsistență diacronică, întrucât, pe când unul indică culoarea verde, celălalt indică culoarea albastră. Cealaltă jumătate manifestă o inconsistență diacronică și sincronică. Aceștia nu numai că nu spun același lucru, dar, în plus, proporția de răspunsuri care indică culoarea verde este diferită.

În condiția-martor lipsesc complicii și, prin urmare, sursa de influență minoritară.

1.3.2. Rezultat : o minoritate consistentă influențează majoritatea

Principalul indicator al influenței minoritare rămâne proporția de răspunsuri în care este indicată culoarea verde, chiar dacă autorii acestui experiment se interesează în egală măsură de proporția grupurilor și a subiecților influențați de minoritate.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** De ce trebuie să ținem cont de diferenții indicatori ai influenței și, mai ales, de procentajul de indivizi influențați de către minoritate? Pentru a răspunde la această întrebare, imaginați-vă că prezentați 36 de diapozitive unui grup de zece subiecți. În total, dintre cele 360 de răspunsuri, în 30 s-a indicat culoarea verde. Acestea reprezintă 8,3% din total (3/60). Totuși, așa cum este conceput experimentul vostru, toate cele 30 de răspunsuri pot proveni de la același subiect. În acest caz, minoritatea își exercită influența doar asupra unui individ. Calculul proporției de subiecți influențați permite înlăturarea acestei îndoieli.

În condiția-martor, 0,25% dintre subiecți au indicat culoarea verde. Un subiect din 22 a indicat-o o singură dată, ceea ce demonstrează că acest răspuns este rar, ca să nu spunem accidental, în absența unei surse de influență minoritară. De altfel, aceasta înseamnă că stimulul este perceput ca fiind albastru și deci că este justificat să considerăm că răspunsul în care s-a indicat culoarea albastră este dominant în afara situației experimentale.

În condiții experimentale, proporția de răspunsuri în care s-a indicat culoarea verde este mai mare. Ea este de 8,42% când minoritatea este

consistentă și consensuală (32% dintre subiecți sunt influențați) și de 1,25% când minoritatea este inconsistentă diacronic și sincronic (20% dintre subiecți sunt influențați). În schimb, proporția răspunsurilor în care s-a indicat culoarea verde este foarte apropiată de cea obținută în cazul grupului-martor și egală cu doar 0,35% atunci când minoritatea manifestă o inconsistență diacronică (doar 4% din subiecți sunt influențați).

Rezultatele acestor experimente confirmă ipoteza conform căreia stabilitatea comportamentală este o condiție necesară apariției influenței minoritare (a unui singur individ sau a unui grup). Ea pare independentă de caracterul mai mult sau mai puțin explicit al normelor majoritare.

Pentru a completa această demonstrație, adăugăm că, utilizând aceeași paradigmă „albastru/verde”, Moscovici și Lage (1976), într-un alt experiment, au comparat efectele influenței exercitate de o minoritate consistentă cu acelea ale unei majorități consistente. După caz, într-un grup de șase persoane, fie doi, fie patru complici susțin că diapozitivul ar avea culoarea verde. Proporția de răspunsuri în care s-a indicat culoarea verde este practic aceeași. Pentru minoritatea consistentă, ea este egală cu 10,07%, iar pentru majoritatea consistentă – cu 12,07% (42,5% dintre subiecți sunt influențați în primul caz și 34,61% în cel de-al doilea). Aceasta sugerează că influența exercitată de o minoritate consistentă poate fi la fel de importantă ca aceea exercitată de o majoritate. Dar aceasta înseamnă, de asemenea, că importanța numerică a unei surse de influență, contrar consistenței sale comportamentale, nu este direct legată de gradul de influență pe care îl poate exercita.

2. Particularitatea minorității : influența indirectă

Conform părerii autorilor, rezultatele experimentelor citate demonstrează că, pentru o minoritate, consistența comportamentală este una dintre condițiile care determină în mod direct influența pe care ea o exercită. În același timp, ei arată că efectele acestei influențe nu se referă decât la o treime dintre subiecți. De exemplu, ca urmare a confruntării cu opinia minoritară, numai 30-40% dintre persoane își schimbă părerea în privința culorii diapozitivului, declarând că acesta este verde. Bineînțeles, proporția lor nu este neglijabilă, dar nu este nici foarte ridicată. Ce înseamnă aceasta? Este oare limitată puterea acestui tip de influență?

Moscovici consideră că atât influența majoritară, cât și cea minoritară pot provoca un conflict între opinia personală a unui individ și cea pe care o exprimă în public. Nu existența conflictului în sine le diferențiază, ci mai ales direcția în care acest conflict evoluează. În cazul influenței majoritare, conflictul are tendința să dispară de pe scena publică (vezi fenomenul de complezență din capitolul consacrat conformismului) și să se mențină o perioadă la nivel privat. În cazul influenței minoritare, acest conflict apare mai ales în public, în timp ce, în plan privat, fără să ne dăm seama, se atenuază sau chiar dispăre. Astfel, schimbarea datorată influenței majoritare se manifestă mai mult în public, iar cea datorată influenței minoritare – mai mult în plan privat. Din acest motiv, Moscovici crede că primul tip de influență provoacă mai curând *complezență*, în timp ce al doilea determină mai mult o *conversiune*. „Putem presupune, scrie el, că minoritățile modifică răspunsurile persoanelor și modul lor de a privi lucrurile înainte ca răspunsurile lor reale să se schimbe și uneori chiar fără ca ele să-și dea seama” (Moscovici, 1996, p. 207). De asemenea, efectele acestei influențe nu apar imediat, ci se manifestă în timp.

Pentru a testa această ipoteză, Moscovici și colaboratorii săi au creat o paradigmă experimentală ingenioasă. Înainte de a o prezenta, ne vom opri asupra unei variante a experimentului privind culoarea diapozitivelor, care stă la baza acestei paradigme.

2.1. Influență minoritară și schimbare latentă

O metodă rapidă de a testa ipoteza conform căreia influența minoritară se manifestă mai mult la nivel privat decât la nivel public constă în a introduce în experimentul lui Moscovici, Lage și Naffrechoux o serie de indici ai influenței diferiți de simplele declarații verbale ale culorii. Dacă influența minoritară provoacă efectiv schimbări „ascunse”, numite „latente”, ar trebui să se înregistreze și o contestare a validității opiniei majoritare. Aceasta s-ar putea manifesta printr-o modificare a codului perceptiv. Altfel spus, chiar în cazul subiecților care nu au adoptat opinia minoritară în timpul interacțiunii sociale și care continuă să afirme că diapozitivul este albastru, ne-am putea aștepta la o deplasare a pragului percepției albastru/verde (în momentul în care cele două culori sunt distincte). Aceasta s-ar putea exprima prin extensia termenului „verde” la stimuli situați într-o zonă pe care grupul-martor o consideră „albastră”. Ca urmare, la finalul

experimentului în care cei doi complici răspund întotdeauna și într-o manieră consensuală că diapozitivul este verde, experimentatorul le mulțumește subiecților și le propune să participe la un alt experiment legat de fenomenele vizuale. Acesta este prezentat ca fiind independent de primul și este efectuat de un alt experimentator. Se afirmă că scopul acestui experiment este de a studia efectele oboselii asupra vederii.

Subiecților le sunt prezentate 16 discuri din gama albastru-verde a testului de percepție Farnsworth. Printre ele, 3 se situează la extremitatea „albastru” a scalei și 3 la extremitatea „verde”. Ele sunt, fără nici o ambiguitate, fie albastre, fie verzi. În schimb, celelalte 10 discuri situate între aceste două extreme sunt total ambigue. Sarcina subiecților constă în a determina individual culoarea fiecărui disc și a nota răspunsul. Subiecții nu au posibilitatea de a-și exprima opinia sau de a afla părerile celorlalți subiecți. Ordinea de prezentare a discurilor este aleatorie și se menține constantă. Timpul de expunere este totdeauna același, egal cu 5 secunde.

Se măsoară pragul percepției albastru/verde și în condiția-martor, în care subiecții nu au fost confrunțați cu opinia minoritară.

Pentru a analiza rezultatele, Moscovici, Lage și Naffrechoux au calculat media lungimilor de undă, care este o apreciere obiectivă a culorii, pentru discurile pe care subiecții le-au considerat:

- în număr egal albastre și verzi (pragul de discriminare a culorii verzi este deci egal cu 50%);
- verzi de trei ori mai puțin frecvent decât albastre (pragul de discriminare a culorii verzi este de 25%);
- verzi de trei ori mai frecvent decât albastre (pragul de discriminare a culorii verzi este de 75%).

Dacă influența minoritară se manifestă mai mult la nivel privat decât public, subiecții grupurilor experimentale ar trebui să afirme mai des decât cei din grupurile-martor că discurile care se situează în zona albastră din spectrul albastru-verde sunt verzi. Să luăm două valori cromatice foarte apropiate și care corespund mai curând culorii albastre: 48,03 și 48,41. Rezultatele arată că discurile care le corespund sunt desemnate public ca fiind verzi în 25% din cazuri în grupurile-martor și în 50% din cazuri în grupurile experimentale. Astfel, subiecții expuși în prealabil influenței minoritare își deplasează pragul perceptiv către verde, iar acest fenomen are loc în absența interacțiunii sociale cu minoritatea.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Recitiți descrierea acestui experiment care se desfășoară în două faze pentru a repera variabila(ele) independentă(e) și

dependență(e). Pentru a vă verifica răspunsul, încercați, plecând de la lista voastră de variabile, să formulați ipotezele. Enumerați toate variabilele analizate. Căror ipoteze concurente le corespund acestea? Am putea avansa alte ipoteze concurente? Dacă da, care?

2.2. Influență minoritară și conversiune: indici o culoare când, de fapt, vezi alta

Dispozitivul experimental care a permis culegerea primelor rezultate ce confirmă ipoteza că efectele influenței minoritare se manifestă mai mult la nivel privat decât public a suscitât unele critici.

Nu există garanții că efectele observate corespund unei modificări reale în percepția stimulilor. Nu se poate exclude ipoteza că avem de-a face cu o denumire diferită a aceleiași percepții. La urma urmei, răspunsurile date de subiecți în cadrul testului lui Farnsworth sunt răspunsuri publice, chiar dacă sunt indicate individual. În plus, contextul normativ introdus în acest experiment (să ne amintim că a fost prezentat ca un studiu despre efectele oboseții asupra vederii) provoacă diminuarea rezistenței la influența minoritară (sub efectul oboseții putem lesne confunda culoarea verde cu cea albastră). Acest context confirmă ipoteza formulată anterior. În fine, nu putem exclude posibilitatea ca respectivele răspunsuri să fie o simplă generalizare a opiniilor exprimate verbal în prima fază a experimentului.

Pentru a răspunde acestor critici, Moscovici și Personnaz (1980) au introdus în paradigma experimentală „albastru/verde”, pe care o cunoașteți deja, un efect perceptiv puțin cunoscut marelui public, acela al imaginii consecutive. Pentru a înțelege în ce constă ingeniozitatea ideii lor, răspundeți la întrebarea următoare: care este culoarea complementară albastrului?

Probabil că nu știți că este vorba de roșu-portocaliu. De asemenea, puteți ignora faptul că nuanța complementară culorii verzi este roșu-purpuriu. Tocmai pe această ignoranță au mizat cei doi experimenterii pentru a-și realiza studiul.

2.2.1. Procedură experimentală: indicarea culorii diapozitivului și a imaginii sale consecutive

Principiul acestui experiment este foarte simplu. Dacă priviți un diapozitiv albastru proiectat pe un perete al unei camere obscure și imaginea dispare brusc, veți percepe, după un scurt interval de timp, imaginea sa consecutivă.

Aceasta este un pătrat roșu-portocaliu cu aceleași dimensiuni ca și diapozitivul. Ce culoare va avea imaginea consecutivă dacă, în timpul proiecției unui diapozitiv albastru, o minoritate care manifestă stabilitate comportamentală o desemnează ca fiind verde?

Pentru a răspunde la această întrebare se efectuează următorul experiment: un subiect naiv și un complice privesc o serie de diapozitive de culoare albastră ($\lambda=486,6$ nm pentru un tip de lumină și 481,5 nm pentru celălalt). De fiecare dată, proiecția este întreruptă brusc pentru a provoca imaginea consecutivă.

În prima fază, subiecții indică în scris culoarea diapozitivului și, pe o scară de la galben la violet, culoarea imaginii consecutive. Apoi, în funcție de condiția experimentală, ei află fie că 18,2% din subiecții care au participat deja la acest experiment au considerat că diapozitivul este verde și 81,8% – că este albastru (condiție de influență minoritară), fie că 81,8% au considerat că diapozitivul este verde și 18,2% – că este albastru (condiție de influență majoritară).

În faza a doua, care se desfășoară oral, sursa de influență (complicele experimenterului) răspunde sistematic că diapozitivul este verde. Nu se pun întrebări cu privire la culoarea imaginii consecutive și nu se schimbă informații în legătură cu aceasta.

În faza a treia, cele două tipuri de răspunsuri (desemnarea culorii diapozitivului și estimarea culorii imaginii consecutive) sunt indicate în scris.

În faza a patra, experimentul se desfășoară în același mod, dar, la un moment dat, experimenterul găsește un pretext să părăsească sala.

► E RÂNDUL VOSTRU: Pentru a fi siguri că ați înțeles derularea acestui studiu, puteți face o schemă care cuprinde toate fazele sale.

2.2.2. Rezultat: indici culoarea albastră când, de fapt, vezi culoarea verde

De această dată, asumați-vă rolul subiectului naiv nu pentru a vă imagina procedura experimentală, ci pentru a analiza diferitele rezultate.

Dacă influența minoritară nu are nici un efect asupra voastră, ar trebui nu doar să desemnați diapozitivul ca fiind albastru, dar și să vedeți culoarea complementară a culorii albastre în cazul imaginii consecutive, deci roșu-portocaliu. Dacă minoritatea exercită o influență la nivel latent (privat), dar nu la nivel manifest (public), atunci ar trebui să afirmați că diapozitivul este albastru, dar să vedeți la nivelul imaginii consecutive culoarea complementară verdelui, deci roșu-purpuriu. În fine, dacă influența minoritară se

manifestă la nivel public, și nu la nivel privat, ar trebui să afirmați că diapozitivul este verde, dar în cazul imaginii consecutive ar trebui să vedeți culoarea complementară albastrului, deci roșu-portocaliu.

Rezultatele obținute de Moscovici și Personnaz confirmă ipoteza generală. Numai influența minoritară provoacă o schimbare la nivel latent. Subiecții confrunțați cu o sursă de influență minoritară își modifică schema perceptivă. Independent de culoarea pe care o atribuie diapozitivului (răspuns public), aceea a imaginii consecutive tinde către roșu-purpuriu, culoarea complementară verdei. Această tendință este mai puțin vizibilă la subiecții expuși influenței majoritare și la cei din grupul-martor.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Care este scopul fazei a patra, în care subiecții și complicele indică răspunsurile în scris și experimentatorul părăsește sala?

Rezultatele altor experimente bazate pe o procedură asemănătoare (sau complet diferită) sunt similare (vezi Moscovici, și Mugny, 1987). Ele demonstrează existența unei influențe minoritare latente, care se manifestă fără ca subiecții să fie neapărat conștienți că și-au schimbat opiniile. Din acest motiv readucem în discuție fenomenul de conversiune.

În încheierea acestui capitol, insistăm asupra faptului că studiile prezentate aici reflectă doar câteva paradigme și problematici care caracterizează acest câmp de cercetare. În primul rând, aceste paradigme și investigații sunt prea numeroase pentru a putea fi prezentate în acest manual; în plus, ele sunt analizate pe larg într-o serie de studii deosebit de valoroase. Într-una din ultimele lucrări apărute, coordonată de Mugny, Oberlé și Beauvois (1995), veți găsi o descriere mai completă a noilor direcții în cercetările asupra influenței minoritare (vezi și Pérez și Mugny, 1993).

De reținut

- Influența socială nu are ca funcție doar menținerea *statu-quo*-ului; ea poate, de asemenea, genera schimbarea (inovarea).
- Între diversele atuuri de care poate dispune o minoritate pentru a-și exercita influența, acela al consistenței comportamentale pare deosebit de important.
- Influența minoritară este o influență indirectă; schimbarea pe care o introduce este adesea latentă.

PARTEA A DOUA

A PERCEPE ȘI A GÂNDI LUMEA SOCIALĂ

Această parte a manualului studiază modul nostru de a percepe lumea în care trăim. Prin urmare, ne vom ocupa de studiile referitoare la felul în care percepem oamenii sau evenimentele și modul nostru de gândire relativ la acestea.

Acest domeniu de cercetare se referă la ceea ce psihologii numesc „cogniții”¹ sau cunoștințe. Înscris în curentul cognitivist, el este centrat pe analiza proceselor de formare a cunoștințelor și, prin urmare, a proceselor de prelucrare a informației (de exemplu, procesele care intervin în selecția, categorizarea, memorarea, reproducerea și recunoașterea acestora). Studiul acestor procese evidențiază modul în care, pornind de la o informație, noi inferăm alta, depășind cadrul celei de care dispunem. Această activitate mentală constantă stă la baza judecăților, deciziilor și previziunilor noastre. Ea ne permite nu doar să construim cunoștințele, dar și să ne servim de ele. Activitatea inferențială se caracterizează prin anumite legi și tendințe; descoperirea, descrierea și explicarea acestora constituie principalele obiective ale curentului „cognitivist”.

În psihologia socială, acest curent este relativ recent, iar apariția sa a suscitat numeroase discuții. Susținătorii săi afirmă că el ar determina extinderea câmpului de investigație al psihologiei sociale. Pentru oponenți, el prezintă riscul de a reduce această disciplină la un subdomeniu al psihologiei generale de inspirație cognitivă. Astfel, psihologii sociali se văd obligați să precizeze în ce anume constă particularitatea aportului lor la studiile despre cunoștințe și deci să răspundă la întrebarea: care sunt elementele sociale în cadrul cogniției?

Răspunsul pe care și unii, și ceilalți îl dau la această întrebare depinde de modul lor de a interpreta raportul dintre un *subiect* dotat cu capacitatea de cunoaștere și un *obiect* de cunoaștere care are, la rândul său, o serie de proprietăți caracteristice. Unii consideră că dimensiunea socială a cogniției

1. Termenul „cogniție” provine din cuvântul latin *cognitio* și semnifică acțiunea de cunoaștere. În psihologie, ca și în filosofie, este utilizat cu privire la facultatea de cunoaștere.

afectează mai ales *subiectul*. Ei insistă asupra originilor sociale ale limbajului, care este, în același timp, principalul instrument, dar și un determinant al cunoașterii (vezi, de exemplu, Semin și Fiedler, 1991). Alții invocă specificitatea obiectului cunoașterii sociale. Ei atribuie acest termen cunoașterii umane (vezi, de exemplu, Hamilton, 1981; Fiske și Taylor, 1991).

Alții consideră că dimensiunea socială a cunoașterii se referă la un element ce servește drept intermediar în raporturile dintre *subiect* și *obiect*, cu scopul de a da un sens cunoașterii produse². Cu privire la natura acestui element există două teorii.

Unii văd în el ansamblul de valori, norme, așteptări, cunoștințe și credințe ale căror conținuturi, stabilite la nivel cultural, sunt împărtășite la nivel social. Aici pot fi încadrate, de asemenea, teoriile naive pe care oamenii le formulează relativ la ei înșiși, la ceilalți și la lumea în care trăiesc. Fiske și Taylor (1991) se referă în mod direct la acestea; ei afirmă că studiul cogniției sociale privește „ceea ce omul de rând crede despre oameni și ceea ce el crede că crede despre oameni” (p. 1). Pe scurt, partizanii acestei poziții postulează că aceste conținuturi marcate cultural și împărtășite social ne oferă semnificația obiectelor, oamenilor, situațiilor sau evenimentelor, influențând comportamentele noastre față de acestea (vezi prima parte a manualului *L'Ère de la cognition*, coordonat de Leyens și Beauvois, 1997).

Alții văd în acest al treilea element raporturile sociale care au incidență asupra atitudinilor față de obiecte. Implicate în raporturi sociale diferite, aceste atitudini produc cunoștințe diferite. Aceasta înseamnă că același obiect nu este gândit în același fel, în funcție de raportul social în care este implicat subiectul. Acesta nu va adopta același comportament față de respectivul obiect și nu va dobândi același tip de cunoștințe. Partizanii acestei teorii optează mai degrabă pentru studiul condițiilor în care conținuturile se construiesc și sunt validate (pentru o dezvoltare mai completă a acestei abordări, vezi Beauvois, 1994).

Prima dintre aceste două teorii, mai veche și mai bine explorată, va fi susținută cu argumente provenite din studii experimentale.

Dorința de a impune o perspectivă socială asupra cogniției a redeschis discuția cu privire la factorii care determină cunoașterea realității și, mai

2. Această concepție este conformă cu ceea ce, în opinia lui Moscovici (1984), constituie specificitatea psihologiei sociale: punctul său de vedere terțiar, în care raportul dintre un subiect și un obiect este mediat de alter ego.

ales, a persoanelor. La baza acestei cunoașteri stau o serie de idei (teorii) prealabile asupra realității sau, din contra, realitatea în sine (fapte)? Această întrebare se regăsește în capitolul despre organizarea percepției, dar și în cel despre categorizare. După ce au afirmat inițial că „teoriile primează”, psihologii sociali au adoptat o poziție mai moderată, acordând un rol important confruntării între „fapte” și „teorii”.

Prezentarea acestei părți diferă puțin de precedentă. Nu vi se va mai cere să vă asumați rolul subiectului experimental pentru a înțelege mai bine procedura elaborată de către un cercetător cu scopul de a-și testa ipotezele. De altfel, derularea acestor experimente nu va fi prezentată într-un mod la fel de sistematic. De această dată, vi se va cere să vă transpuneți în locul unui cercetător care încearcă să aducă dovezi empirice în sprijinul ipotezelor sale sau să judece critic studiile altora. În majoritatea cazurilor, experimentele menționate nu fac obiectul unei analize detaliate. În schimb, există numeroase întrebări, al căror scop este de a ghida reflecția către interesele abordării experimentale în domeniul percepției sociale, către dificultățile pe care le întâmpină cercetătorii și către ingeniozitatea cu care sunt depășite aceste probleme.

▲ 1. Percepția și gândirea socială ca obiecte de studiu ale psihologiei sociale

De mult timp, percepția și gândirea socială au constituit o preocupare pentru psihologii sociali. Curentul interacționismului simbolic, lansat de Thomas și Znaniecki la începutul secolului, este o mărturie în acest sens (vezi Drozda-Senkowska, 1996). Acești autori acordă o mai mare importanță realității numite „subiectivă” (construită de individ) decât realității numite „obiectivă”. Cu toate acestea, percepția și gândirea socială au devenit obiecte de studiu propriu-zise ale psihologiei sociale abia la sfârșitul anilor '50, pentru ca, apoi, să se impună începând cu anii '80. Chiar și astăzi, este dificil să precizăm factorii care au determinat dezvoltarea lor. Unii afirmă că la baza acestei dezvoltări a stat apariția curentului cognitiv, la care psihologii sociali, interesați de conceptul de atitudine și de rolul acestora, au aderat rapid. Alții vorbesc despre confruntarea dintre două tendințe ale psihologiei sociale, una numită „sociologică”, alta numită „psihologică”, din care ultima a ieșit învingătoare. Această „victorie” i se datorează mai ales lui Floyd Allport, care, în lucrarea sa *Social Psychology*, publicată în 1924, a definit principalul obiectiv al psihologiei sociale ca fiind studiul

comportamentului *individului* într-un context social. Punând accent pe analiza funcționării individuale, Allport a optat pentru psihologia socială psihologică. El a susținut ideea că grupul, mulțimea, societatea interesează această disciplină ca determinanți ai funcționării individuale, și nu în sine. Este inutil să precizăm că nu toți psihologii sociali împărtășesc acest punct de vedere.

Capitolul 1

Perceperea persoanelor

Cuprins

1. Rolul activ al observatorului	108
2. Formarea impresiilor cu privire la persoane	110
2.1. Experimentul lui Asch cu privire la rolul primelor informații în formarea impresiilor	110
2.2. Experimentul lui Asch cu privire la statutul special al anumitor trăsături în formarea impresiilor	113
3. Prezentarea persoanei-țintă	118
3.1. Locul trăsăturilor de personalitate	118
3.2. Trăsături de personalitate și comportamente	120

Obiective

După studierea acestui capitol, studentul trebuie să fie capabil :

- să prezinte modul în care, cu ajutorul experimentării, se poate demonstra că percepția nu se realizează în mod pasiv ;
- să înțeleagă în ce constă activitatea persoanei care percepe ;
- să prezinte primele studii asupra formării impresiilor, să expună procedeele folosite și rezultatele acestora ;
- să indice principalele argumente cu privire la importanța rolului pe care îl joacă trăsăturile de personalitate în descrierea persoanelor ;
- să explice legătura dintre trăsăturile de personalitate și comportamente.

Primele lucrări cu privire la procesul percepției persoanelor (percepție socială) au încercat să stabilească dacă percepția variază în funcție de natura țintei sale și dacă da, să explice prin ce diferă perceperea persoanelor de cea a obiectelor (vezi chenarul 2). Cu toate acestea, importanța lor nu a constatat în enunțarea acestor diferențe, ci în descoperirea faptului că perceperea nu se realizează într-o manieră pasivă. Cel care percepe impune o structură, o anumită stabilitate, dar și un sens stimulilor la care este expus. Percepția nu corespunde unei reproduceri pasive a stimulilor, ci este o activitate complexă. Ea constă nu doar în a repera anumite informații disponibile, dar și în a depăși cadrul acestora, inferând altele. Astfel, sensul pe care psihologii sociali îl dau expresiei „a percepe o persoană” este apropiat de cel al expresiei „a-și face o impresie despre ea”, a emite o judecată sau o părere în ceea ce o privește.

1. Rolul activ al observatorului

Unul dintre primele modele ale percepției a fost propus de Brunswick (1934), care a studiat în principal modul în care sunt percepute obiectele neanimate. Conform modelului său, individul le percepe grație receptorilor senzoriali. El vede obiectele, poate auzi sunetele pe care le produc, le poate atinge etc. Totuși, în ciuda acestor diferiți receptori care îi permit să sesizeze diferitele aspecte ale unui și aceluiași obiect, furnizând informații multiple în legătură cu acesta, individul nu ia în considerație toate aceste informații, de fiecare dată. Atenția lui este selectivă, iar capacitatea de prelucrare a informației este limitată. Obiectul perceput este întotdeauna o reprezentare parțială, dar nu neapărat deformată, a unui obiect real. Aceasta explică parțial faptul că diferite persoane, confruntate cu același obiect, nu îl percep întotdeauna în același mod.

Conform modelului lui Brunswick, aceste fenomene se amplifică în procesul de percepere a unei persoane. În acest caz, ținta percepției este complexă (persoana observată se mișcă, vorbește, își schimbă expresia etc.) și, în plus, contextul în care se găsește are un mare impact asupra modului în care este percepută (atunci când vedem pe cineva alergând, spunem că fuge dacă este urmărit de un câine sau că participă la o întrecere dacă altcineva încearcă să îl depășească).

Leeper (1935) a efectuat unul dintre primele experimente care ilustrează rolul activ al observatorului și mai ales faptul că primele percepții le

structurează și le influențează pe următoarele. Experimentul este simplu, dar ingenios. Un cititor atent va descoperi în principiul său influențele teoriei gestaltiste (vezi prima parte, chenarul 4).

Leeper a utilizat o imagine ambiguă, în care putem vedea fie o femeie bătrână, fie una tânără. Plecând de la această imagine, el a realizat altele două. Una dintre ele reprezintă fără nici o ambiguitate o femeie tânără și cealaltă – o femeie bătrână (vezi ilustrația de mai jos).



Experimentul se derulează în două etape. În prima fază, subiecții privesc cele două imagini clare. Jumătate dintre ei privesc imaginea femeii tinere, iar cealaltă jumătate – imaginea femeii bătrâne. La sfârșit, fiecare subiect descrie imaginea pe care a văzut-o. Apoi, toți subiecții privesc imaginea ambiguă și, de asemenea, descriu ce au văzut.

Rezultatele arată că toți subiecții care au privit inițial imaginea femeii bătrâne continuau să o vadă în imaginea ambiguă și 95% dintre cei care au privit inițial imaginea femeii tinere continuau să o vadă în imaginea ambiguă. Aceasta înseamnă că atât unii, cât și ceilalți și-au structurat activ obiectul percepției. În plus, această structurare a urmat în sensul primelor lor percepții (vezi chenarul 6), dovedind astfel un anumit grad de stabilitate.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Mai întâi, imaginați-vă că, asemenea lui Leeper, vreți să utilizați în experimentul vostru atât imagini ambigue, cât și imagini clare cu privire la vârsta unei persoane. Cum procedați pentru a afla care elemente ale imaginii trebuie modificate pentru a obține efectele dorite? Cum procedați pentru a fi siguri că manipularea imaginilor este eficientă și, prin urmare, conduc la percepții diferite?

Imaginați-vă acum că Leeper a procedat în sens invers și că a prezentat subiecților mai întâi o imagine ambiguă și apoi una dintre imaginile clare. Conform teoriei cu privire la rolul activ al observatorului, ce ar putea să perceapă subiecții în cea de-a doua imagine?

▲ 2. Principalele diferențe dintre perceperea persoanelor și cea a obiectelor

Plecând de la rezultatele diferitelor experimente asupra percepției, Fiske și Taylor (1991) au întocmit o listă a principalelor diferențe dintre perceperea persoanelor și perceperea obiectelor:

- o persoană este sensibilă la opiniile celorlalți; astfel, ea se poate schimba de la o situație la alta, pentru a produce o impresie cât mai favorabilă celui care o percepe;
- o persoană constituie o sursă dinamică de informații; ea se schimbă cu timpul și în funcție de circumstanțe, mai mult decât se schimbă obiectele;
- o persoană poate manipula percepțiile, deoarece ea poate modifica mediul în funcție de dorințele sau obiectivele sale;
- o persoană este în același timp ținta percepțiilor noastre, dar și un observator, ceea ce face ca percepțiile sociale să fie reciproce;
- o persoană este mai complexă decât un obiect, ceea ce face ca perceperea sa să fie mai dificilă, mai aproximativă și obligă observatorul să infereze caracteristici care nu sunt direct vizibile.

2. Formarea impresiilor cu privire la persoane

Același Solomon Asch (1946) a fost primul care a testat sistematic formarea percepțiilor. Deoarece s-a ocupat de perceperea persoanelor necunoscute, el a considerat că se putea vorbi mai curând de formarea *impreșiilor* decât de formarea judecăților sau a cunoștințelor. Și în acest caz, Asch a fost influențat de teoria gestaltistă, al cărei adept era.

El a realizat o întreagă serie de experimente și a urmărit mai multe obiective. Am selectat două dintre acestea, deosebit de interesante, care sunt adesea prezentate în cursurile introductive de psihologie socială. Importanța lor rezidă nu doar în rezultatele obținute, ci și în procedeele utilizate, care au influențat puternic acest domeniu de cercetare.

2.1. Experimentul lui Asch cu privire la rolul primelor informații în formarea impresiilor

Asch a încercat să surprindă modul în care ne formăm primele impresii cu privire la o persoană pe care nu o cunoaștem. El a dorit să elucideze rolul primelor informații pe care le obținem în legătură cu această persoană.

2.1.1. Procedura

Asch le-a propus subiecților o listă ce cuprindea câteva caracteristici (trăsături) ale unei persoane fictive și, prin urmare, complet necunoscute lor. Unii subiecți au primit o listă care începea cu trăsături având conotație pozitivă și se termina cu trăsături având conotație negativă (inteligent, muncitor, impulsiv, critic, încăpățânat, invidios). Ceilalți au primit o listă cu aceleași trăsături, dar cele cu conotație negativă figurau înaintea celor cu conotație pozitivă (invidios, încăpățânat, critic, impulsiv, muncitor, inteligent). În continuare, Asch le-a propus tuturor subiecților o listă ce conținea perechi de trăsături antonime (de exemplu, prietenos vs neprietenos, sociabil vs nesociabil etc.), cerându-le să aleagă din fiecare pereche trăsătura care se potrivea cel mai bine pentru a descrie această persoană. La sfârșit, subiecții furnizau o descriere liberă a persoanei respective.

2.1.2. Rezultate

Rezultatele arată că subiecții care în prima etapă au primit mai întâi informațiile „pozitive” au ales din a doua listă mai multe trăsături „pozitive” decât cei care în prima etapă au primit mai întâi trăsăturile „negative”.

În plus, Asch a putut constata că primele informații influențau sensul atribuit informațiilor care urmau. De exemplu, cei care au fost informați inițial că persoana este inteligentă au interpretat „încăpățânarea” ca „gândire coerentă”, deci într-o manieră pozitivă. În schimb, cei care au fost informați inițial că persoana este invidioasă au considerat că „a fi încăpățânat” echivalează cu „a fi mărginit”, interpretând aceeași informație într-o manieră negativă.

În opinia lui Asch, acest rezultat arată că trăsături în aparență izolate (separate) devin „solidare” unele cu altele. Semnificația unei trăsături depinde de rețeaua de trăsături în care este inserată (vezi chenarul 3).

► E RÂNDUL VOSTRU: Aceste rezultate confirmă o serie de teze gestaltiste. Care sunt acestea?

▲ 3. Formarea impresiei cu privire la o anumită persoană și reconcilierea diferitelor impresii în legătură cu ea

Într-un alt studiu, Asch a găsit o confirmare indirectă a ideii că semnificația unei trăsături depinde de rețeaua de trăsături în care este inserată.

Unui grup de subiecți li s-a prezentat inițial o listă ce cuprindea trei trăsături (inteligent, muncitor, impulsiv) și li s-a cerut să-și formeze o opinie asupra persoanei care le posedă. Apoi, aceluiași subiecți le-a fost prezentată o altă listă, ce conținea, de asemenea, trei trăsături (critic, încăpățânat, invidios) și li s-a cerut să-și formeze o părere în legătură cu persoana care le posedă. La sfârșit, subiecții au fost informați că toate cele șase trăsături caracterizau aceeași persoană.

Subiecții au întâmpinat dificultăți în a reconcilia cele două impresii formate inițial cu privire la două persoane diferite. Aceste dificultăți nu s-au înregistrat în cazul subiecților care au fost informați de la început că respectivele trăsături caracterizează aceeași persoană.

Într-adevăr, dacă a-ți forma o impresie despre o persoană constă, între altele, în a atribui diferitelor trăsături care o caracterizează semnificația care face ca aceste trăsături să fie dependente unele de altele, punerea de acord, pentru o singură persoană, a diferitelor impresii cu privire la persoane diferite presupune reconsiderarea acestei semnificații, așadar, un efort suplimentar. Nu este un lucru imposibil, dar cere timp.

Rezultatele acestui experiment evidențiază, de asemenea, rapiditatea și ușurința cu care subiecții și-au format impresii asupra unor persoane pe care nu le cunoșteau și în legătură cu care nu dețineau decât câteva informații sumare. În capitolul următor (asupra organizării ideilor cu privire la persoane) vom demonstra că rapiditatea cu care se produce acest fenomen depinde în mod direct de situația sau de contextul în care acesta se desfășoară.

Aceste rezultate sunt frecvent invocate în sprijinul ipotezei conform căreia impresiile se formează „în direct”. Această ipoteză postulează că informațiile deja disponibile dau un sens celor care urmează, fără ca apelul la memorie să fie necesar (pentru o prezentare sintetică a problemei legăturii dintre memorie și percepția persoanelor, vezi de la Haye, 1997). Dat fiind că persoana-țintă în acest experiment este fictivă și deci complet necunoscută subiecților, este dificil să vorbim despre amintiri în ceea ce o privește.

2.1.3. Aspecte metodologice

Anumite caracteristici ale acestui studiu se regăsesc în alte experimente care vizează percepția socială.

Studiul lui Asch face parte din experimentele de tip „creion – hârtie”, ceea ce înseamnă că atât materialul experimental, cât și executarea sarcinii de către subiecți au un suport scris. Altfel spus, experimentatorul introduce unul sau mai mulți stimuli experimentali (variabile independente) cu ajutorul acestui suport, iar subiecții își exprimă reacțiile (variabilele dependente) cu ajutorul aceluiași suport. Această practică nu este adecvată câmpului percepției sociale, dar se folosește destul de frecvent.

De altfel, principala variabilă independentă a lui Asch se referă la natura primelor informații, mai precis la conotația lor. Aceste informații sunt introduse într-o scurtă descriere a persoanei (o listă de trăsături care o caracterizează). Pentru a testa impactul conotației lor, Asch manipulează ordinea în care sunt prezentate (trăsăturile pozitive se află fie la începutul, fie la sfârșitul listei, trăsăturile negative fiind plasate la sfârșitul, respectiv la începutul listei). Se preconizează că efectul primelor informații se va produce atât în alegerea celorlalte caracteristici (se verifică dacă ele sunt mai mult pozitive sau negative și se analizează astfel conotația lor), cât și asupra sensului pe care li-l atribuim.

2.2. Experimentul lui Asch cu privire la statutul special al anumitor trăsături în formarea impresiilor

Celălalt experiment al lui Asch cu privire la formarea impresiilor a analizat ipoteza conform căreia „teoriile” pe care le formulăm în legătură cu celelalte persoane ne ghidează percepțiile. Și acest experiment reflectă influența teoriei gestaltiste.

2.2.1. Procedura

Ca și în experimentul precedent, Asch le-a prezentat subiecților o listă de trăsături ale unei persoane fictive și deci complet necunoscute. Dar, de această dată, a doua listă nu coincide cu prima. Din cele șapte trăsături, șase rămân neschimbate și una variază în funcție de condițiile experimentale (vezi tabelul 1).

Tabelul nr. 1. Listele de trăsături utilizate de Asch în cele patru condiții experimentale

Ordinea de prezentare	Condiția 1	Condiția 2	Condiția 3	Condiția 4
1	inteligent	inteligent	inteligent	inteligent
2	abil	abil	abil	abil
3	muncitor	muncitor	muncitor	muncitor
4	„cald”	„rece”	politicos	insensibil
5	hotărât	hotărât	hotărât	hotărât
6	practic	practic	practic	practic
7	prudent	prudent	prudent	prudent

Subiecții trebuie să își exprime impresia cu privire la persoana respectivă. Apoi, ei sunt rugați să aleagă, dintr-o altă listă de perechi de trăsături opuse (aceleași pentru toți), pe acelea care, după părerea lor, caracterizează cel mai bine această persoană.

2.2.2. Rezultate

În primele două condiții experimentale, introducerea adjectivelor „cald” și „rece” a avut un efect surprinzător. Subiecții care au aflat că persoana era, între altele, „caldă” și-au făcut despre ea o idee profund diferită față de impresia pe care și-au format-o subiecții care au fost informați că era „rece”. De exemplu, primii o considerau simpatică și sinceră, iar ceilalți – antipatică și trufașă.)

Tabelul nr. 2. Procentajul de subiecți care consideră că o trăsătură propusă caracterizează persoana necunoscută, în funcție de condiția experimentală (după rezultatele obținute de Asch)

Exemple de trăsături propuse	Condiție experimentală					
	Condiția 1 „cald”		Condiția 2 „rece”	Condiția 3 „politicos”	Condiția 4 „insensibil”	
Generos	91	* 83	8	56	2	58
Șiret	65	40	25	30	20	50
Fericit	90	56	34	75	10	65
Petrecăreș	94	77	17	87	31	56
De încredere	94	5	99	95	5	100

* Cifrele scrise în italic corespund diferențelor absolute dintre procentajele celor două condiții experimentale, $|91 - 8| = 83$. Cu cât aceste valori sunt mai scăzute, cu atât diferențele sunt mai puțin importante.

În plus, după cum veți putea constata plecând de la rezultatele prezentate în tabelul 2, cel puțin 90% dintre subiecții din condiția 1 au considerat persoana generoasă, fericită, petrecăreață, în timp ce foarte puțini dintre subiecții din condiția 2 (vezi condițiile 1 și 2)³ o consideră astfel. Diferențele dintre reacțiile subiecților din aceste două condiții experimentale sunt mult mai mici în cazul calificativului „de încredere”.

Aparent, introducerea acestor două trăsături, „cald” și „rece”, modifică perceperea celorlalte trăsături și, prin urmare, impresia globală asupra persoanei. Gestaliștii ar spune că aceasta determină o organizare diferită a întregului.

Asch a vrut să afle dacă acest efect (un tip de forță organizatoare) este specific trăsăturilor propriu-zise sau mai curând conotației lor (pozitivă pentru „cald” și negativă pentru „rece”). Pentru a răspunde la această întrebare, el a introdus alte două condiții experimentale. De această dată, în locul adjectivului „cald” a introdus calificativul „politicos” (conotație pozitivă) și în locul adjectivului „rece” a introdus calificativul „insensibil” (conotație negativă).

Procentele reprezentând opțiunile pentru alte trăsături (vezi tabelul 2) arată că efectul acestei perechi de adjective este mai puțin important. Diferențele dintre procentele obținute în condițiile 3 și 4 sunt mai mici decât diferențele dintre procentele obținute în condițiile 1 și 2. Ca și în cazul anterior, procentele ce reprezintă opțiunile pentru calificativul „de încredere” practic nu diferă.

Astfel, informația că o persoană este politicoasă sau, din contra, că este insensibilă nu schimbă ideea generală pe care urmează să ne-o facem despre ea. În urma acestor rezultate, Asch a ajuns la concluzia că anumite trăsături sunt mai centrale decât altele. În timp ce adjectivul „cald” și „rece” par să joace un rol central în formarea impresiilor, calificativele „politicos” și „insensibil” au un rol periferic.

În capitolul următor vom reveni asupra acestui experiment și vom prezenta o serie de interpretări recente ale rezultatelor obținute de Asch.

3. În tabelul nr. 2 sunt menționate procentele ce reprezintă alegerea trăsăturilor cu conotație pozitivă. După cum am precizat, Asch a propus subiecților perechi de trăsături opuse, dintre care una avea conotație pozitivă (de exemplu „generos”) și cealaltă – conotație negativă (de exemplu, „avar”). Aceasta înseamnă că fiecare subiect a avut de ales între adjectivul „generos” și „avar”. Dacă în condiția 1 („cald”) 91% dintre subiecți au ales „generos”, rezultă că doar 9% au optat pentru epitetul „avar”.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** În această prezentare a experimentului lui Asch, condiția-martor nu a fost menționată. Imaginați-vă în ce ar putea consta ea; pentru aceasta, reflectați asupra obiectivului acestui studiu. De asemenea, analiza manipulărilor experimentale efectuate de Asch și deci a variabilelor independente vă poate ajuta să răspundeți la această întrebare.

2.2.3. Aspecte metodologice

Modificarea operată de Asch constă în a introduce în prezentarea persoanei fictive două perechi de trăsături opuse („cald” vs „rece” și „politic” vs „insensibil”). Acesta este singurul element care se schimbă de la o condiție experimentală la alta. Celelalte elemente ale acestei prezentări (celelalte trăsături) rămân identice, iar ordinea în care sunt prezentate nu se modifică. Cu alte cuvinte, trăsăturile modificate ocupă mereu același loc. În exemplul nostru, ele sunt plasate în poziția a patra, deci la mijlocul listei. Faptul că ordinea se menține constantă nu ne permite să îi eliminăm efectul, dar ne permite să-l controlăm. Chiar dacă această ordine provoacă un efect specific, el este același pentru toți subiecții experimentali. Bineînțeles, se poate contrabalansa efectul ordinii prin introducerea tuturor combinațiilor posibile, atât în prezentarea celor șase trăsături constante, cât și în locul ocupat de trăsăturile care se modifică.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Pentru a înțelege avantajele și dezavantajele pe care le prezintă planul experimental în care efectul de ordine este contracarat, alcătuiți schema respectivă, pornind de la materialul utilizat de Asch. Înainte de toate, reflectați asupra aportului teoretic pe care l-ar aduce o asemenea întreprindere.

Știm că, în majoritatea cazurilor, condiția-martor corespunde unei situații în care manipularea experimentală (variabila independentă) lipsește. Este deci posibil ca în condiția-martor să se menționeze doar cele șase trăsături constante ale persoanei fictive (identice în toate condițiile experimentale: inteligent, abil, muncitor, hotărât, practic și prudent). Astfel a procedat și Asch.

Comparând impresia (descrierea) formată în condiția-martor cu cele din condițiile experimentale, constatăm că ea diferă de cele formate în condițiile 1 și 2. În schimb, ea nu diferă de cele formate în condițiile 3 și 4. Aceeași tendință se manifestă și în alegerea trăsăturilor caracteristice ale persoanei (vezi tabelul 3).

Tabelul nr. 3. Diferențele de procentaj dintre opțiunile pentru diferitele trăsături propuse, înregistrate în condiția-martor și în fiecare dintre cele patru condiții experimentale

Condiții	Exemple de trăsături propuse				
	Generos	Rafinat	Fericit	Petrecăreț	De încredere
Martor	55%	49%	71%	69%	96%
Nr. 1 „cald”	91% 36	(65%) 16	(90%) 19	(94%) 25	(94%) 2
Nr. 2 „rece”	(8%) 47	(25%) 24	(34%) 37	(17%) 52	(99%) 3
Nr. 3 „politic”	(56%) 1	(30%) 19	(75%) 4	(87%) 18	(95%) 1
Nr. 4 „insensibil”	(58%) 3	(50%) 1	(65%) 6	(56%) 13	(100%) 4

* Cifrele dintre paranteze corespund procentelor reprezentând opțiunile pentru o anumită trăsătură (în acest caz, pentru „generos”) în fiecare dintre condițiile experimentale (în acest caz, condiția 1, unde trăsătura introdusă a fost „cald”).

** Cifrele scrise în bold corespund diferenței absolute dintre procentele corespunzătoare opțiunilor pentru o anumită trăsătură (în acest caz, „generos”), înregistrate în condiția-martor (în acest caz, 55%) și în condiția experimentală (în acest caz, condiția 1), $|91 - 55| = 36$.

Diferențele dintre procentele obținute în condiția-martor și cele înregistrate în fiecare dintre condițiile experimentale sunt mai ridicate pentru condițiile 1 și 2 decât pentru condițiile 3 și 4. Ele sunt mai mici în cazul trăsăturii „de încredere”.

Plecând de la aceste constatări, putem afirma următoarele: faptul că aflăm că o persoană este „politicoasă” sau „insensibilă” nu influențează prea mult impresia pe care urmează să ne-o facem despre acea persoană. În schimb, dacă ni se spune că persoana respectivă este „caldă” sau „rece”, acest fapt influențează foarte mult respectiva impresie.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Ați putut remarca că procentele corespunzătoare opțiunii pentru trăsătura „de încredere” sunt relativ aceleași în cele patru condiții experimentale și în condiția-martor. Acest fapt este rareori comentat. De ce? Pentru a răspunde la această întrebare, reflectați asupra motivelor care stau la baza acestui dezinteres aparent al cercetătorilor în legătură cu acest rezultat.

3. Prezentarea persoanei-țintă

Așa cum au arătat experimentele lui Asch, studiul percepției implică un subiect receptor și, bineînțeles, o persoană-țintă. Deși are un caracter evident, această cerință este foarte complexă. De fapt, prezentarea persoanei se poate face în moduri diferite. Astfel, putem să le „prezentăm” subiecților o persoană reală, putem să le arătăm fotografia ei, o înregistrare video etc. sau, ca și Asch, putem să o descriem; putem să utilizăm deci mai multe suporturi de prezentare. Este de la sine înțeles că fiecare mod de prezentare a persoanei-țintă va condiționa tipul de informații puse la dispoziția subiecților. De exemplu, contactul vizual cu o persoană oferă informații asupra înfățișării acesteia, dar nu și asupra abilităților sale. A vedea o persoană răsând nu este același lucru cu a auzi spunându-se despre ea că râde sau cu a citi acest lucru pe o fișă care se referă la persoana respectivă. Cu toate acestea, în numeroase studii asupra percepției, caracteristicile persoanei sunt prezentate sub forma unei liste sau a unui scurt rezumat. Unii cercetători au studiat natura acestor caracteristici. S-a dovedit că, în cele mai multe cazuri (ca, de altfel, și în studiile lui Asch), aceste caracteristici se referă la trăsăturile personalității. Prin urmare, s-a încercat să se stabilească dacă, atunci când descriem persoanele în mod spontan, ne referim mai curând la trăsăturile de personalitate decât la alte elemente, cum ar fi comportamentele, aspectul fizic, originea, atitudinile etc. Dacă trăsăturile de personalitate predomină în descrierile noastre spontane, rezultatele cercetărilor vor fi mai importante decât în caz contrar.

3.1. *Locul trăsăturilor de personalitate*

Există diferite moduri de a studia locul trăsăturilor de personalitate în perceperea persoanelor. De exemplu, se poate analiza frecvența cu care ele apar în vocabularul curent al oamenilor. O altă metodă de analiză (care, de obicei, o însoțește pe cea anterioară) studiază informațiile cu care coîncu-rează trăsăturile de personalitate și rezultatul acestei confruntări.

3.1.1. **Frecvența cu care apar expresiile ce denumesc trăsăturile de personalitate în vocabularul curent**

În limba engleză există peste 18 000 de cuvinte care denumesc trăsături de personalitate, iar în limba poloneză – peste 20 000. Putem deci presupune că, în alte limbi, aceste expresii sunt chiar mai numeroase. Totuși, rezultatele studiului realizat de Markus și Kitayama (1991) demonstrează că limbile occidentale apelează mai mult decât celelalte la sintagmele care denumesc trăsături de personalitate.

3.1.2. **Trăsăturile de personalitate în concurență cu alte caracteristici**

Un alt mod de a analiza locul trăsăturilor de personalitate în perceperea persoanelor constă în studierea caracteristicilor cu care acestea pot concura. Această metodă a fost utilizată de Fiske și Cox (1979).

Autorii propun subiecților un evantai foarte larg de descrieri, în care se evocă aspectul fizic al persoanei, comportamentele, relațiile sale sociale, opiniile, dispozițiile (trăsături de personalitate) etc. Subiecții trebuie să descrie liber persoana respectivă. Este testat efectul a două variabile: familiaritatea cu persoana-țintă și tipul de descriere. Subiecților li se cere să descrie persoana-țintă în două moduri: primul tip de descriere trebuie să permită recunoașterea acestei persoane într-o mulțime; al doilea tip de descriere se referă la raportul subiecților cu persoana-țintă.

Rezultatele arată că, în primul caz, aspectul fizic este privilegiat, indiferent dacă persoana este sau nu familiară (cunoscută) subiecților. Totuși, în ambele tipuri de descrieri, subiecții fac referire în primul rând la trăsăturile de personalitate (dispoziții) și abia apoi la originea persoanei. Această tendință este mai puternică atunci când persoana-țintă este cunoscută subiecților.

Totuși, în experimentul lui Fiske și Cox, persoanele-țintă, indiferent dacă sunt sau nu cunoscute de subiecți, nu sunt prezente în timpul experimentului. Situația creată are deci un caracter specific, chiar dacă ea corespunde unor conjuncturi pe care le întâlnim în cotidian.

Încercând să definească locul trăsăturilor de personalitate în percepția persoanelor, Park (1986) a realizat un studiu care răspunde obiecției formulate la adresa experimentului lui Fiske și Cox.

Persoanele care participă la studiul său sunt în același timp subiecți și persoane-țintă. Timp de câteva săptămâni, aceștia asistă la un seminar;

prin urmare, au numeroase ocazii de a interacționa între ei. Periodic, fiecăruia i se cere să-și formuleze impresiile cu privire la ceilalți. Pornind de la analiza impresiilor, Park a construit o grilă în care figurează următoarele categorii:

- trăsături de personalitate (dispoziții, capacități, particularități; de exemplu: timid, zgomotos, amabil etc.);
- comportamente (acțiuni) trecute sau actuale (de exemplu: și-a vopsit părul, va fi încântată să joace șah etc.);
- atitudini, sentimente, credințe (de exemplu: conștientă de defectele sale, nu prea serioasă în ceea ce privește formarea sa profesională etc.);
- caracteristici numite „demografice”, sociale, familiale, economice (căsătorită, sănătoasă, provine dintr-o familie catolică etc.);
- caracteristici fizice și biologice, cum ar fi sexul, vârsta, aspectul și atracția fizică (singurul băiat din grup, mai tânăr decât ceilalți subiecți, nu prea frumos etc.).

Rezultatele confirmă faptul că trăsăturile de personalitate (dispozițiile) sunt cel mai frecvent citate (65%). Apoi intervin comportamentele (23%), caracteristicile fizice (6%), atitudinile și credințele (3%) și caracteristicile demografice (3%). Rezultatele obținute de Park arată că, pe măsură ce timpul trece și persoanele se cunosc mai bine, frecvența evocării trăsăturilor de personalitate crește.

Park concluzionează că, în perceperea persoanelor, informațiile care predomină sunt cele referitoare la trăsăturile de personalitate. Or, această informație corespunde unei inferențe care se realizează plecând mai curând de la faptele observate decât de la faptele în sine.

3.2. Trăsături de personalitate și comportamente

Numeroși autori au studiat legătura dintre trăsăturile de personalitate și comportamente. Ipotezele avansate în acest sens sunt la fel de numeroase ca și studiile care le testează. Cu titlu ilustrativ, vom prezenta câteva dintre ele.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Înainte de a citi cele ce urmează, imaginați-vă că unul dintre colegii voștri pleacă imediat după terminarea cursurilor. În schimb, voi și ceilalți studenți mai rămâneți câteva minute pentru „a sporovăi”. Ce ați spune voi despre el?

3.2.1. Explicarea unui comportament

Wyer și Lambert (1994) au formulat o concluzie împărtășită de mai mulți cercetători: trăsăturile de personalitate sunt utilizate în limbajul curent pentru a descrie principalele elemente ale personalității cuiva deoarece ele oferă „explicații” pentru comportamentele observate. Astfel, ele ne oferă informații cu privire la modul în care trebuie să ne comportăm față de persoana respectivă.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Pentru a înțelege mai bine afirmația că trăsăturile oferă „explicații” pentru comportamentele observate, analizați exemplul care urmează, diferențiind ceea ce ține de un fapt observat, de o trăsătură atribuită și o explicație pe care aceasta din urmă o furnizează.

Exemplu: una din colegele voastre se lovește de un scaun în sala de clasă. Puțin iritat(ă), exclamați: „Ce neîndemânatică e!”. La reacția celorlalți, care-și întorc privirile către dumneavoastră, adăugați pe un ton mai calm: „S-a împiedicat pentru că este neîndemânatică”.

Veți avea curajul să-i oferiți o cafea în singura ceașcă pe care o mai aveți ca amintire de la străbunica?

Această funcție explicativă a trăsăturilor duce adesea la o confuzie între act și persoană. Hampson (1982) explică această confuzie prin faptul că o acțiune (un comportament) este opera unui actor (a unei persoane) și că este mai simplu să asamblăm cele două elemente (actul și persoana) decât să le separăm. După Shweder (1995), această confuzie între act și persoană caracterizează un mare număr de cercetări asupra personalității.

3.2.2. Descriere și evaluare

Trăsăturile de personalitate oferă explicații pentru comportamente și permit, în egală măsură, evaluarea lor. Beauvois (1990), care face distincția între cunoașterea descriptivă (despre ceea ce sunt lucrurile) și cea evaluativă (despre cât valorează lucrurile), a emis ipoteza că o trăsătură are două componente (vezi și Beauvois și Dubois, 1992). Una ar fi descriptivă, cealaltă – evaluativă. De exemplu, pentru o trăsătură ca „cinstea”, prima ar trimite la comportamentele persoanei-țintă (își plătește datoriile), iar cea de-a doua – la comportamentele pe care ceilalți le pot avea față de ea (îi pot împrumuta bani).

3.2.3. Proprietăți lingvistice ale trăsăturilor și legăturile lor cu activitățile cognitive

Din ce în ce mai mulți cercetători se interesează de aspectul lingvistic al trăsăturilor de personalitate. Conform părerii lor, studiul limbajului este important în special pentru cogniția socială, deoarece limbajul este un mediator între cunoștințe (cogniții) și realitatea socială (vezi introducerea la a doua parte a manualului). Astfel, Semin și Fiedler (1991a, 1991b) propun o tipologie a termenilor lingvistici utilizați în situațiile de interacțiune socială. Ei analizează impactul acestor termeni asupra:

- gradului de abstractizare a caracteristicilor unei persoane și stabilitatea acestora;
- aducerea de informații noi referitoare la persoană;
- situația în care se găsește persoana;
- posibilitatea verificării afirmațiilor cu privire la o persoană și caracterul lor consensual.

Fără a intra în detalii, ne vom opri asupra celor cinci categorii principale de termeni pe care ei le propun, printre care se găsesc atât verbe, cât și adjective. Este vorba despre:

- verbe de acțiune cu caracter descriptiv (a întâlni, a chema etc.);
- verbe de acțiune cu caracter interpretativ (a trișa, a ajuta etc.);
- verbe de acțiune care denumesc o stare (a se enerva, a ajuta etc.);
- verbe de stare (a urî, a admira etc.);
- adjective (cinstit, serios etc.).

Aceste cinci categorii nu au aceleași proprietăți cognitive. De exemplu, afirmațiile la adresa unei persoane, exprimate cu ajutorul verbelor de acțiune cu caracter descriptiv, sunt considerate mai puțin concrete și mai puțin relevante în legătură cu persoana și cu stabilitatea caracteristicilor sale. De asemenea, ele sunt considerate mai puțin consensuale (împărtășite) decât afirmațiile exprimate cu ajutorul adjectivelor. În schimb, ele ne permit să verificăm și să obținem mai multe informații despre situația în care această persoană se găsește, față de afirmațiile exprimate cu ajutorul adjectivelor.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Verbul „a trișa” este un verb cu caracter interpretativ, din care derivă adjectivul „trișor”. După părerea voastră, în ce categorii pot fi încadrate verbele „a flecări”, „a liniști”, „a ezita”? La ce adjective trimit ele?

De reținut

- Cel care percepe își organizează și își structurează percepția, mai ales atunci când aceasta se referă la persoane. Pentru a testa această ipoteză, Leeper prezintă subiecților două tipuri de imagini: una foarte clară și cealaltă ambiguă.
- Primele informații asupra persoanelor necunoscute dirijează și influențează impresiile pe care ni le facem despre ele. Pentru a testa această ipoteză, Asch manipulează ordinea de prezentare a informațiilor cu conotație pozitivă și negativă.
- Anumite trăsături sunt mai centrale în formarea impresiilor (au un impact mai mare asupra lor) decât altele. Acest fenomen se observă analizând atât descrierile libere, cât și alegerea celorlalte trăsături.
 - O persoană-țintă este adesea descrisă cu ajutorul trăsăturilor de personalitate.
 - Trăsăturile de personalitate sunt deduse plecând de la comportamente și rămân legate de acestea.

Capitolul 2

Organizarea ideilor cu privire la persoane

Cuprins

1. Primatul „teoriilor”	126
2. Primatul „faptelor”	129
2.1. Modele fără ponderare	131
2.2. Modele cu ponderare	132
2.3. Contribuția cercetărilor asupra „algebrei cognitive”	132
3. De la „teorii” la „fapte” : modelul continuumului	133
3.1. Rolul motivației și al atenției în formarea impresiilor	135
3.2. Confruntarea informațiilor categoriale cu cele individualizante	137
4. Tipuri de informații și rolul lor în formarea impresiilor	141
4.1. Primele informații și trăsături centrale	141
4.2. Informații saliente și diagnostice	141
4.3. Meta-informații și judecabilitate	142

Obiective

După studierea acestui capitol, studentul trebuie să fie capabil :

- să prezinte cele trei poziții (puncte de vedere) asupra a ceea ce organizează percepția socială și să le illustreze cu exemple ;
- să explice în ce constau principalele argumente în favoarea fiecăreia dintre aceste trei poziții ;
- să indice diferitele tipuri de informații și rolul pe care îl joacă ele în formarea impresiilor ;
- să citeze exemplele de paradigme experimentale utilizate pentru a testa principalele teze ale teoriei judecabilității.

Constatarea rolului activ al observatorului, despre care am vorbit în capitolul precedent, ne-a determinat să ne interesăm de organizarea percepției. Această preocupare era deja prezentă în primele studii asupra formării impresiilor. Totuși, a fost nevoie de timp pentru ca organizarea percepțiilor să poată fi tratată pe un plan mai teoretic, să se adopte poziții sau să se elaboreze modele de natură mai generală. Acest capitol are ca obiectiv prezentarea acestora.

Întrebarea referitoare la ceea ce organizează ideile noastre (percepțiile) despre persoane a dus la confruntarea a două puncte de vedere. Primul dintre ele, printre ai cărui susținători se numără și Asch, afirmă că înseși conceptele (categorii, scheme, scenariii, teorii explicative naive) sunt cele care ghidează percepțiile și gândurile noastre. Cel de-al doilea susține că faptele (date empirice, informații asupra particularităților persoanelor) îndeplinesc acest rol. Chiar dacă, după cum vom vedea, unii încearcă să concilieze cele două puncte de vedere, dezbaterea în legătură cu acest subiect este departe de a fi terminată.

1. Primatul „teoriilor”

Asch a constatat influența trăsăturilor „cald” și „rece” asupra formării impresiilor, dar nu a explicat-o. Unii cercetători (Leyens, 1983; Beauvois, 1984) afirmă că anumite clarificări în legătură cu acest subiect au fost aduse de conceptul de *teorii implicite (naive) ale personalității*.

La început, acest concept a fost utilizat de Bruner și Tagiuri (1954) pentru a demonstra caracterul consensual al anumitor erori (biasuri) în perceperea persoanelor (vezi chenarul 4). În opinia lor, faptul că aceste tendințe se manifestă atât de frecvent demonstrează că impresiile pe care ni le formăm cu privire la ceilalți se bazează mai puțin pe „cum sunt ei în realitate” și mai mult pe ceea ce credem că sunt sau pe ceea ce credem despre personalitatea lor.

▲ 4. Exemple de biasuri (erori) în formarea impresiilor

Concomitent cu primele tentative ce vizau măsurarea exactității impresiilor, au apărut cercetările asupra tendințelor care riscă să influențeze

aceste impresii. Bruner și Tagiuri (1954) și-au prezentat sinteza în faimosul capitol „The perception of people”, publicat în ceea ce avea să constituie, timp de mai mulți ani, o veritabilă Biblie a psihologiei sociale: *Handbook of Social Psychology*, volum coordonat de G. Lindzey. Cu această ocazie, ei au introdus și noțiunea de bias și de eroare în inferențe. Cităm, cu titlu de exemplu, trei dintre cele mai puternice tendințe.

- **Efectul de halo** (Thorndike, 1920). Această tendință constă în a atribuirea de trăsături pozitive unei persoane, după ce s-au constatat deja anumite calități ale sale (caracteristici cu conotație pozitivă). Avem de-a face cu un bias deoarece, teoretic, nimic nu ne împiedică să pornim de la constatarea unei calități a cuiva (de exemplu, generozitatea) și să deducem, în egală măsură, alte calități (ca onestitatea) sau alte defecte (ca oportunistul). Așa cum nimic nu ne împiedică să pornim de la un defect al cuiva (de exemplu, oportunistul) și să deducem calitățile sale (ca bunătatea) sau, de asemenea, unele defecte (ca lenea). Totuși, se dovedește că deducem mai curând calități (trăsături cu conotație pozitivă) plecând de la alte calități (alte trăsături, care au aceeași conotație pozitivă).

- **Eroarea logică** (Guilford, 1936). Tendința care se ascunde în spatele acestei sintagme constă în convingerea că anumite caracteristici pot fi prezente împreună, iar altele nu (de exemplu, inteligența nu se potrivește cu frumusețea, dar onestitatea poate fi asociată cu sărăcia). Avem de-a face cu un bias pentru că, în realitate, este foarte posibil să nu existe nici o relație între aceste caracteristici și nici nu încercăm măcar să testăm eventuala ei existență. Mult mai târziu, acest bias a făcut obiectul a numeroase cercetări, care au condus la formularea conceptului de „teorii implicite ale personalității”.

- **Efectul de indulgență** (Sears, 1936). Această a treia tendință se manifestă prin faptul că supraevaluăm trăsăturile pozitive și le subevaluăm pe cele negative. Biasul constă aici în supra- sau subevaluare, care fac dificilă diferențierea persoanelor (cei „buni” se confundă cu cei „excelenți” și cei „răi” cu cei „foarte răi”).

Actualmente, suntem obișnuiți să considerăm că teoriile implicite ale personalității corespund credințelor generale cu privire la:

- frecvența unei trăsături („toate femeile sunt vorbărețe”, „toți bărbații sunt egoiști”);
- variabilitatea sa („toate femeile sunt vorbărețe, mai puțin cele care locuiesc la mine în bloc”, „toți bărbații sunt egoiști, mai puțin cei care își cresc singuri copii”);
- legăturile cu alte trăsături („persoanele vorbărețe sunt exagerate și naive”, „egoiștii sunt calculați și inteligenți”).

Caracterul implicit al acestor teorii ține de două aspecte. Pe de o parte, oamenii își formulează cu dificultate „teoriile” și nu încearcă să le formalizeze. Pe de altă parte, validitatea acestor teorii este subiectivă. Ele se dovedesc, însă, foarte utile deoarece ne „dispensează” de a testa de fiecare dată (de exemplu, la fiecare întâlnire cu o femeie sau cu un bărbat necunoscut) toate ideile noastre despre oameni (de exemplu, că femeile sunt vorbărețe, frivole, emotive și că bărbații sunt inteligenți, serioși, puternici). Aceste teorii se construiesc pornind de la experiențele noastre și sunt sensibile la contextele culturale și istorice (în epoca noastră, în cultura noastră și în anumite medii pare mai dificil de crezut că inteligența este un atribut al bărbaților și sentimentalismul – un atribut al femeilor, decât că frivolitatea este un atribut mai degrabă feminin). Unele dintre aceste teorii se referă la credințe atât de puternice, încât avem tendința să uităm că ele sunt „naive”, profane și că nu au făcut niciodată obiectul unei validări obiective. Oamenii le folosesc, dar, cel mai adesea, ele nu au o bază științifică.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Încercați să găsiți exemple de „teorii” care, în ciuda absenței oricărei validări obiective, pretind a fi științifice și constituie un instrument fiabil pentru a descrie personalitatea sau caracterul cuiva.

Să revenim la experimentul lui Asch și la ideea conform căreia teoriile implicite ale personalității oferă o explicație pentru faptul (menționat anterior) că anumite trăsături sunt mai centrale decât altele în formarea impresiilor. Rezultatele numeroaselor analize asupra modului în care credem că sunt și acționează indivizii sugerează că ne servim de un fel de meta-teorie naivă. Ea se limitează la luarea în considerare a două dimensiuni: inteligența și sociabilitatea. Pe un plan general, aceasta înseamnă că pentru a ne face o idee asupra oamenilor, avem mai ales nevoie de aceste două tipuri de informații.

Atât dimensiunea care privește inteligența, cât și cea care se referă la sociabilitate sunt definite prin doi poli extremi din care unul este pozitiv și celălalt negativ. De exemplu, „strălucit” vs „stupid” pot corespunde celor doi poli extremi ai dimensiunii „inteligență”. Pentru dimensiunea „sociabilitate”, cele două extreme pot fi „sociabil” vs „sălbatic”.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Recitiți cu atenție lista de trăsături constante, pe care Asch a utilizat-o în experimentul la care ne referim. În opinia voastră, plecând de la aceste trăsături, aflăm mai multe despre inteligența sau despre sociabilitatea persoanei-țintă?

Bineînțeles, lectura (fie ea și foarte rapidă) a trăsăturilor constante utilizate de Asch ne permite să ne dăm seama, încă de la început, că

persoana respectivă este inteligentă. În schimb, nu aflăm nimic despre sociabilitatea sa. Or, sociabilitatea constituie o dimensiune importantă în formarea impresiilor. Faptul că ne aflăm într-una din primele două condiții experimentale, unde se indică fie că persoana este „caldă”, fie că este „rece”, constituie un mare avantaj. Trăsăturile „cald” și „rece” nu doar ne informează asupra sociabilității acestei persoane, dar, în plus, ele corespund extremelor acestei dimensiuni (respectiv, pozitiv și negativ). Ele dau astfel un sens trăsăturilor propuse pentru a descrie persoana respectivă. Ați remarcat, poate, că majoritatea acestora se referă la sociabilitate („generos”, „petrecăreț”, dar și „fericit”, într-o oarecare măsură). Astfel, dacă aflăm că persoana-țintă este „caldă” ne gândim imediat că este sociabilă, ceea ce ne determină să o considerăm generoasă și fericită. Dacă aflăm că este „rece”, conchidem că este puțin sociabilă, ceea ce ne determină să o considerăm avară, nefericită.

Plasarea în condițiile 3 și 4 este mult mai puțin avantajoasă și face mai dificilă utilizarea acestei metateorii. Faptul că persoana-țintă este „politicoasă” sau „insensibilă” ne oferă mai puține date în legătură cu sociabilitatea ei. Puterea informativă a acestor două trăsături, raportată la dimensiunea care ne interesează este mai mică. În plus, aceste trăsături nu corespund extremelor dimensiunii.

Actualmente, putem spune că trăsăturile centrale pe care Asch le-a reperat sunt trăsăturile extreme ale unei dimensiuni globale care se referă la sociabilitate (Labourin și Lecourvoisier, 1986). Această interpretare recentă, care se înscrie în cadrul teoriilor implicite ale personalității, merge și ea în sensul ideii că „teoriile” noastre asupra faptelor (în acest caz, asupra persoanelor) influențează, mai mult decât „faptele” în sine, percepțiile și gândurile noastre.

În cele ce urmează vom analiza un alt punct de vedere, opus celui susținut de Asch.

2. Primatul „faptelor”

Norman Anderson (1981) se numără printre principalii susținători ai ideii conform căreia ne fondăm impresiile pe fapte (date), și nu pe teorii. Diferitele informații care ne parvin în legătură cu o persoană sunt combinate, integrate, pentru a se putea formula o idee generală. Anderson,

psiholog și matematician, s-a interesat mai ales de procesul integrării informațiilor. Împreună cu colaboratorii săi, el a propus diferite modele matematice ale acestui proces¹ și a testat adecvarea lor la impresiile oamenilor. Unele modele sunt foarte simple, în timp ce altele sunt complexe. Nu se pune problema de a le prezenta aici pe toate. Ne vom limita la cele care sunt mai ușor de abordat.

Asemenea lui Asch, Anderson propune subiecților profilurile unor persoane fictive, cerându-le să-și facă o idee globală, de exemplu să aprecieze sociabilitatea lor. Ca și în cazul experimentelor lui Asch, profilurile sunt alcătuite din mai multe trăsături (attribute).

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Vi se spune despre Jean că întârzie, este cinstit și seducător. Despre Marie aflați doar că este veselă și strălucită. Ce puteți spune despre sociabilitatea fiecăruia? Care vi se pare mai sociabil? Cum veți proceda pentru a combina aceste informații, pentru a le integra, astfel încât să vă formați o impresie globală?

În opinia lui Anderson, fiecare trăsătură pe care o posedă Jean și Marie poate fi evaluată pe o scară de favorabilitate și poate avea un scor diferit. Este posibil ca trăsături precum „întârziere”, „strălucit” sau „seducător” să fie mai puțin bine cotate (considerate mai puțin favorabile persoanei) decât „vesel” sau „cinstit”. După ce aceste evaluări au fost stabilite, se poate proceda în diferite moduri pentru a le integra. Cel mai simplu ar fi să se efectueze suma tuturor scorurilor; de asemenea, se pot calcula media sau media ponderată, dacă importanța fiecăreia dintre trăsături diferă. Este suficient deci să cunoaștem sau să estimăm scorul și (eventual) importanța fiecărei trăsături, să efectuăm calculele corespunzătoare fiecărui model matematic (suma, media sau media ponderată), pentru a indica o apreciere globală, prevăzută de fiecare model pentru fiecare persoană. Apoi, pentru a ști care dintre aceste modele este mai adecvat rezultatelor obținute, este suficient să comparăm rezultatele calculelor cu aprecierile furnizate de subiecți.

În tabelul 4 este dat un exemplu. Să ne imaginăm că scala de favorabilitate a fiecărei trăsături merge de la -2 (deloc favorabil) la 2 (foarte favorabil). Scala importanței (a ponderii) acordate fiecărei trăsături merge de la 1 (deloc important) la 3 (foarte important).

1. Uităm adesea că Asch (1946), în lucrările sale cu privire la formarea impresiilor globale asupra persoanelor, a examinat și un model matematic de integrare a informațiilor. Totuși, el a abandonat această cale.

2.1. Modele fără ponderare

Să analizăm cele două modele fără ponderare, cel al sumei și cel al mediei. Ele postulează că toate trăsăturile au aceeași importanță, deci cântăresc egal. Aceasta înseamnă că importanța lor nu poate fi luată în considerare, deoarece este aceeași pentru toate trăsăturile. După cum puteți constata, în cele două cazuri Jean face o impresie mai bună decât Marie. Dacă cele două modele sunt sensibile la valorile scorurilor trăsăturilor, cel al sumei este sensibil și la numărul lor.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Ați remarcat, desigur, că știm mai multe lucruri despre Jean decât despre Marie. E posibil ca Marie să fie plicticoasă. După ce ați acordat un scor de favorabilitate acestei trăsături, efectuați calculele, pentru a vedea care va fi aprecierea sa globală după modelul sumei și după cel al mediei.

Aceste două modele fără ponderare par mai puțin adecvate în raport cu impresiile furnizate de către subiecți față de modelul mediei ponderate.

Tabelul nr. 4. Exemple de modele de integrare a informației propuse de Anderson

Trăsături atribuite	Modele			
	Medie fără ponderare		Medie cu ponderare	
	Sumă	Medie	(Context: a-ți recapitula cursurile)	(Context: a merge la discotecă)
Jean				
Întârzie	-1	-1	-1x2=-2	-1x2=-2
Cinstit	2	2	2x1=2	2x1=2
Seducător	1	1	1x1=1	1x3=3
Aprecieri globală	2*	2/3=0,7	1/3=0,3	3/3=1
Marie				
Strălucită	2	2	2x3=6	2x1=2
Urâtă	-2	-2	-2x1=-2	-2x3=-6
Aprecieri globală	0	0/2=0	4/2=2	-4/2=-2

* Cifrele scrise în bold corespund aprecierii globale a lui Jean și a Mariei. Ea rezultă din aplicarea fiecărui model. Aici cifra 2 este egală cu suma evaluărilor fiecăreia dintre cele trei trăsături (-1+2+1=2) care îl caracterizează pe Jean.

2.2. Modele cu ponderare

Marele avantaj al modelului mediei ponderate constă în postulatul că importanța (ponderea) unei trăsături (sau a unei informații) variază în funcție de obiectiv, context sau miza judecății. De exemplu, dacă sunteți în căutarea cuiva împreună cu care să recapitulați cursurile pentru examen, faptul că Marie este strălucită poate avea mult mai multă importanță decât faptul că e urâtă. Lucrurile stau invers atunci când căutați pe cineva cu care să mergeți la discotecă.

Analizând tabelul 4, observați că, în contextul „recapitularea cursurilor”, aprecierea globală a Mariei este mai bună decât a lui Jean. Dimpotrivă, în contextul „a merge la discotecă”, aprecierea lui Jean este mai bună.

► E RÂNDUL VOSTRU: Imaginați-vă că nu suportați să așteptați pe cineva în fața discotecii. Faptul că Jean obișnuiește să întârzie devine important (ponderea acestei trăsături va fi de 3). În schimb, faptul că ieși cu cineva strălucit și urât are o mică importanță, deoarece nu mergi la discotecă pentru a discuta sau pentru „a te afișa” cu un partener frumos, ci pentru a dansa. Trăsăturile „strălucită” și „urâtă”, atribuite Mariei, vor avea deci aceeași greutate. Să admitem că importanța acestor două atribute este egală cu 1. În acest caz, care va fi aprecierea globală a lui Jean și a Mariei conform modelului mediei ponderate?

2.3. Contribuția cercetărilor asupra „algebrei cognitive”

Anderson a propus, de asemenea, un model care ia în considerare impresia inițială pe care ne-o formăm în legătură cu o persoană. Este puțin mai complicat (și nu îl prezentăm aici), dar permite calcularea aprecierii globale a unei persoane pe care nu o cunoaștem bine, dar față de care avem *a priori* o idee pozitivă sau negativă.

Cercetările asupra „algebrei cognitive” au avut un slab ecou printre psihologii sociali, chiar dacă implicațiile practice nu sunt deloc neglijabile. Să analizăm două dintre ele. Pentru a-și testa modelele, Anderson, spre deosebire de Asch, prezenta subiecților experimentali mai multe profiluri, variind atât valența (pozitivă vs negativă), cât și importanța trăsăturilor. Subiecții erau confrunțați deci cu un material experimental complex și poate puțin implicat. Totuși, acest aspect, care a fost îndelung criticat,

sub pretext că e greoi din punct de vedere operațional, este interesant din punct de vedere practic, deoarece situațiile în care trebuie să tratăm o multitudine de informații scrise despre persoane necunoscute nu sunt rare.

► E RÂNDUL VOSTRU: Încercați să găsiți exemple de astfel de situații.

De altfel, faptul că modelul mediilor ponderate prevede mai corect impresiile noastre decât modelul sumei înseamnă că este mai puțin util să primești mai multe informații oarecare decât să le obții pe cele care au importanță.

► E RÂNDUL VOSTRU: Pentru a avea o perspectivă asupra studiilor lui Anderson, încercați să vă imaginați un experiment efectuat în maniera sa. Iată câteva întrebări la care va trebui să răspundeți și care vă pot ajuta să începeți acest studiu: ce material este nevoie să pregătiți?; ce sarcini va trebui să propuneți subiecților?; în ce ordine vor trebui să le efectueze?; câte condiții experimentale este necesar să prevedeți?; ce tip de date veți obține pentru fiecare subiect? etc.

3. De la „teorii” la „fapte”: modelul continuumului

Să analizăm acum lucrările care prezintă un punct de vedere mai moderat, conform căruia atât teoriile despre fapte (în cazul nostru, persoane), cât și faptele în sine (datele) ne ghidează gândurile și percepțiile.

Printre acestea, cel mai cunoscut este modelul continuumului, propus de Fiske și Neuberg (1990). Acești autori fac distincție între informațiile numite „categoriale” și cele „individualizante”. Primele trimit la categoriile de apartenență ale persoanei (de exemplu, spunând despre cineva că este student, ne referim la grupul său de apartenență, care este „studentimea”) și la cunoștințele („teoriile”) pe care le avem în legătură cu acestea (de exemplu, „știm” despre studenți că sunt tineri, deci liberi, adesea fără bani etc.). Informațiile individualizante trimit la caracteristici proprii persoanei (de exemplu, Jean este perfecționist). Acest tip de informație, care ține cont de particularitățile persoanei, se referă mai puțin la teoriile naive asupra categoriei sale de apartenență.

Conform părerii celor care au teoretizat modelul continuumului, în majoritatea cazurilor, impresiile numite „categoriale” sunt primele care

interven și, în anumite condiții, ele pot deveni impresii mai specifice (individualizate). Aceasta înseamnă că în formarea impresiilor putem merge de la categorizări globale la judecăți din ce în ce mai specifice cu privire la persoana-țintă, de unde și termenul „continuum”.

Acest model insistă deci asupra caracterului secvențial al formării impresiilor și asupra rolului jucat de categorizare. El conține patru mari etape:

- o categorizare inițială a persoanei-țintă;
- o încercare de confirmare a acestei categorizări;
- o eventuală recategorizare, atunci când confirmarea categorizării inițiale este dificilă sau imposibilă;
- o integrare a recategorizării sau, când aceasta este imposibilă, formarea unei judecăți individuale.

Să luăm un exemplu. Să ne imaginăm că, asemenea multor studenți, v-ați înscris în una dintre cele nouă grupe opționale de la seminarul de introducere în psihologie. Neavând nici o preferință în privința conținutului, ați făcut alegerea în funcție de orarul pe care îl aveți și ați „nimerit” la seminarul de psihologie socială. Cu o săptămână înainte de începerea cursurilor, aflați că grupa voastră va fi preluată de dna C., pe care nu o cunoașteți, cum, de altfel, nu-i cunoașteți pe mulți dintre profesori.

Dacă sunteți întrebați în acel moment care este părerea voastră despre dna C., este posibil să gândiți în felul următor: „Fiind o profesoară, probabil că vor fi multe întârzieri și seminarii anulate...”. Dacă orarul vostru se schimbă și vă transferați în altă grupă, este foarte probabil că vă veți limita la această impresie. Ea este fondată pe o judecată categorială sau, altfel spus, pe ceea ce știți despre categoria căreia îi aparține această persoană (profesoarele), și nu pe ceea ce știți despre ea (vezi chenarul 5).

Să ne imaginăm că aveți noroc și că orarul nu vi se schimbă în ultimul moment. Mergeți la primul seminar al dnei C., care este punctuală. Vă spuneți: „la te uită, este punctuală, dar aceasta nu înseamnă că este și disponibilă”. În timpul pauzei, îi cereți câteva lămuriri în legătură cu conceptul de „teorii implicite ale personalității”. Ea vi le oferă imediat și vă sugerează câteva lecturi complementare, pe care se arată dispusă să le discute cu voi în altă zi. Explicațiile sale sunt clare și pline de umor.

Dacă sunteți întrebați în acel moment care este impresia voastră despre dna C., este foarte probabil că veți afirma despre ea că este întotdeauna punctuală, disponibilă, foarte competentă în ceea ce privește teoriile implicite ale personalității, clară și amuzantă. Nu numai că impresia vi s-a schimbat și nu are nimic în comun cu cea inițială, dar, în plus, de la o

judecată categorială ați ajuns la o judecată individualizată. Pentru aceasta, ați parcurs diferite etape. Deoarece categorizarea voastră inițială (profesoare care întârzie) nu a fost confirmată, ați recurs la recategorizare (profesoare punctuale, dar nu și disponibile). Pentru că nici aceasta din urmă nu a fost confirmată, ați ajuns la o judecată mai individualizată.

Trecerea prin aceste etape a necesitat din partea voastră atât o anumită motivație, cât și o mobilizare a atenției.

► E RÂNDUL VOSTRU: Imaginați-vă că vreți să testați experimental acest model. Pentru aceasta, enumerați mai întâi postulatele autorilor, apoi traduceți-le în ipoteze. Verificați natura lor.

Dacă aveți unele dificultăți în a formula ipotezele, recitiți descrierea modelului *continuumului*, încercând să individualizați ce anume se află la originea trecerii de la o impresie categorială la una mai individualizată.

▲ 5. Noțiunea de stereotip

Există numeroase definiții ale stereotipului. Ca regulă generală, s-a convenit că acesta este un ansamblu de credințe care se referă cel mai adesea la trăsături de personalitate, dar și la comportamente, caracteristici împărtășite de un grup de persoane. Această definiție ne permite să înțelegem de ce informația categorială, deci informația care se referă la o categorie (un grup) de persoane, trimite la stereotipuri. Aceste credințe pot fi împărtășite sau nu, ceea ce implică faptul că există stereotipuri individuale.

Această noțiune a fost introdusă în 1922 de Walter Lippmann, care a împrumutat termenul „stereotip” din vocabularul tipografic, în care desemnează o formă metalică ce servește la imprimarea clișeele tipografice. Lippmann crede că acest termen ilustrează bine caracterul rigid și stabil a anumitor imagini pe care oamenii și le formează în legătură cu mediul lor. În acel moment, el credea că aceste imagini apar între realitate și perceperea acesteia, contribuind la simplificarea celei din urmă, și, totodată, dându-i o orientare specială. Reluată apoi de Allport (1954), această noțiune nu a încetat să-i preocupe pe psihologii sociali.

3.1. Rolul motivației și al atenției în formarea impresiilor

În formarea ideilor atât despre oameni, cât și despre obiecte sau evenimente, putem urma scopuri diferite, asociate cu motivații diferite. Se pot distinge două mari categorii:

- scopuri vizând exactitatea (să încerci să respecti cât mai fidel natura persoanelor, a evenimentelor, lucrurilor etc.);

- scopuri direcționale, care regroupează diferite obiective mai specifice (de exemplu, să cauți să cunoști, să te înțelegi cu cineva, să nu pari indecis sau ridicol, să îți exprimi cu orice preț, să tragi concluzii în sensul dorit etc.).

Unul dintre modurile de a studia experimental impactul acestor obiective asupra formării ideilor constă în a le introduce (direct sau indirect) în situația de judecare.

De exemplu, în cadrul cercetării cu privire la exactitate se poate provoca la subiecți „o teamă de invalidare” (de a se înșela) (vezi Kruglanski și Ajzen, 1995; Kruglanski, 1996). Pentru aceasta, este suficient să le spunem subiecților că aprecierile lor asupra persoanei vor fi analizate și evaluate în mod public de către experți. În general, efectele foarte puternice, cum ar fi cel de primaritate (vezi chenarul 6), se dovedesc a fi mai mici și, în plus, recurgerea la stereotipuri (vezi chenarul 5) este mai redusă. Efectele inverse apar dacă se elimină această teamă de invalidare, dar și dacă se introduce o nevoie mai specifică, cum ar fi aceea de închidere cognitivă, de exemplu, limitând timpul acordat subiecților pentru judecare. Cu cât acesta este mai constrângător (scurt), cu atât nevoia de închidere creează un context favorabil recurgerii la stereotipuri și la judecăți contaminate mai ales prin efectul de primaritate.

În ce privește diferitele mize direcționale, poate fi introdusă, de exemplu, aceea care privește capacitatea persoanei-țintă de a se înțelege cu ușurință cu ceilalți, afirmând că aceasta așteaptă o colaborare viitoare, care amplifică adesea indulgența evaluării (Drozda-Senkowska și Personnaz, 1988).

Oricare ar fi obiectivul urmărit, realizarea sa necesită angajarea ansamblului capacităților noastre de tratament al informației și mai ales a capacităților de concentrare a atenției. Mobilizarea acestora din urmă este adesea operaționalizată prin timpul necesar tratamentului informației. De exemplu, Fiske și colaboratorii săi (vezi pentru un rezumat Fiske și Taylor, 1991) au arătat că informațiile incoerente cu așteptările (și deci cu categorizările inițiale stereotipe) necesită mai multă atenție decât informațiile coerente. Astfel, timpul de lectură este mai ridicat în primul caz decât în cel de-al doilea.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** În această rapidă prezentare a studiilor asupra rolului motivației și al atenției în formarea impresiilor, în două cazuri a fost vorba despre timp. În primul caz era vorba de operaționalizarea unei variabile independente, în cel de-al doilea - de operaționalizarea unei variabile dependente. Identificați-le.

▲ 6. Efectele de primaritate și de recență

Efectul de primaritate reprezintă tendința de a ne aminti cu mai multă ușurință primele elemente prezentate, iar efectul de recență - tendința de a ne aminti mai ușor ultimele elemente. Aceasta înseamnă că atât primele, cât și ultimele elemente au o importanță specială. În-un fel, ele servesc drept ancorare pentru alte informații care le sunt asimilate. Manifestările acestor două efecte sunt frecvente și relativ independente de tipul de material utilizat. Le regăsim deci atât în utilizarea listelor de silabe fără sens, ca și în listele compuse din cuvinte cu sens, cum ar fi caracteristicile unei persoane.

Aceste două efecte luate împreună sugerează că informațiile (elementele) prezentate intermediar sunt cel mai puțin reținute.

3.2. Confruntarea informațiilor categoriale cu cele individualizante

Modelul continuumului prezintă numeroase aspecte interesante, dar acela care, pentru moment, atrage în mod deosebit atenția cercetătorilor și pe care îl vom analiza privește confruntarea dintre două tipuri de informații: informațiile categoriale (asociate teoriilor naive) și informațiile individualizante (făcute în legătură cu caracteristicile proprii persoanei-țintă). Aceste două tipuri de informații pot să meargă în același sens (să concorde) sau în sensuri opuse (să fie discordante). În plus, informațiile individualizante, contrar informațiilor categoriale, care în general sunt puțin ambigue, pot fi ambigue sau nonpertinente pentru judecata cerută. Ce știm despre această confruntare?

► **E RÂNDUL VOSTRU:** De ce, pentru înțelegerea formării impresiilor, sunt importante analiza și studiul confruntării dintre informația categorială și cea individualizantă? În opinia voastră, contribuția lor este mai mare în ceea ce privește schimbarea sau păstrarea impresiilor?

3.2.1. Informație categorială și informație individualizantă nonambiguă

Mai întâi, să ne imaginăm o situație în care informația categorială este confruntată cu o informație individualizantă nonambiguă.

În cazul în care ele concordă, categorizarea inițială este întărită (confirmată) de informațiile individualizante, care devin deci redundante.

♥ Imaginați-vă că la primul seminar dna C. întârzie și vă anunță că următorul seminar nu se face pentru că trebuie să-și ducă unul dintre copii la doctor. Faptul că aflați că nu are timp să vă primească după cursuri, că nu este la curent cu ultimele articole care se referă la teoriile personalității nu vă oferă informații noi. Nici măcar nu acordați atenție acestor informații, deoarece într-un fel le „știți” deja. ♥

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Cum poate fi testată ideea conform căreia atunci când categorizarea inițială este întărită de informațiile individualizante, acestea devin redundante, iar noi le acordăm mai puțină atenție? Pentru a răspunde la această întrebare, începeți prin a transforma această idee într-o ipoteză. Distincția dintre un efect așteptat și cauza sa ipotetică vă va ajuta.

În cazul invers, evocat în exemplul nostru referitor la formarea impresiilor în legătură cu dna C., incoerența dintre categorizarea inițială (impresia la care ea a condus) și informațiile individualizante a determinat la început o recategorizare și abia apoi schimbarea impresiei inițiale. Lucrurile s-au petrecut astfel deoarece recurgerea la subcategorizare (profesoară disponibilă) nu a oferit o soluție pentru incoerența dintre cele două tipuri de informație. Respectiva soluție constă în ideea că dna C. face excepție de la categoria utilizată, deci într-o judecată individualizată. Dar dacă toate acestea ne permit să credem că ideea asupra persoanei a fost modificată, deci afectată de incoerența informațională, exemplul nostru nu ne îngăduie să știm dacă același lucru se petrece și cu ideea privitoare la categorie. Rezultatele cercetărilor arată că, în general, aceasta din urmă este puțin afectată, chiar intactă, de unde și dificultatea de a schimba stereotipurile sociale. Totul se întâmplă ca și cum „faptele” ar putea, în anumite condiții, să influențeze percepțiile noastre, iar „teoriile” ar rezista acestor influențe.

3.2.2. Informație categorială și informație individualizantă ambiguă

Să analizăm acum cazul unei informații categoriale, însoțită de informații individuale ambigue. Pentru această imaginați-vă următorul scenariu, inspirat din cel pe care Darley și Gross (1983) l-au utilizat în experimentul lor și pe care îl veți găsi foarte bine prezentat și comentat de Jacques-Philippe Leyens (vezi Leyens și Beauvois, 1997; Leyens și Yzerbyt, 1997); acest scenariu se află la originea a numeroase idei și studii prezentate în capitolele 2 și 3.

† Se prezintă înregistrarea video a unui student care iese din casă. El trece pe lângă fostul său liceu (pe fundal veți zări Pantheonul). El se duce

la universitate pentru a da un examen. Apoi îl vedeți în sala de examen, în timp ce scrie. Vi se cere să evaluați, între altele, șansele sale de a reuși la examen.

Acum imaginați-vă că vi se prezintă înregistrarea aceluiași student: iese din casă, trece pe lângă fostul său liceu; pe fundal se observă câteva pavilioane și un magazin de mari dimensiuni, ai cărui pereți sunt acoperiți de graffiti. Studentul merge la aceeași universitate pentru a da examen. Filmul se termină la fel: studentul scrie. Ca și mai înainte, vi se cere să evaluați șansele sale de reușită la examen. ♥

Informația pe care vă puteți sprijini pentru a-i estima șansele este ambiguă. Faptul că un student scrie la un examen lasă să se înțeleagă cel puțin că are ceva de spus, dar nu și că ceea ce scrie este suficient, corect sau inteligent. Vizualizarea locului în care locuiește (centrul Parisului sau periferia) ne poate da o idee despre mediul său (nu contează dacă este corectă sau nu) și ne permite să-l categorizăm: vine dintr-un mediu favorizat (cartier înstărit) vs mai puțin favorizat (periferie). Sprijinindu-se pe o „teorie”, această informație va influența estimarea șanselor sale de reușită. Este probabil ca aceste șanse să fie mai scăzute pentru studentul care locuiește la periferie decât pentru cel care locuiește într-un cartier înstărit din centrul Parisului. Aceasta înseamnă că ambiguitatea informației individualizante poate fi cu destul de multă ușurință înlocuită de informația categorială.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Efectuați același tip de exercițiu ca și mai înainte. Imaginați-vă cum poate fi testată ideea conform căreia ambiguitatea informației individualizante poate fi cu ușurință înlocuită de informația categorială.

3.2.3. Informație categorială și informație individuală nonpertinentă

În cele ce urmează vom analiza cazul informațiilor individualizante nonpertinente pentru judecata solicitată și care, ca și mai înainte, sunt însoțite de o informație categorială. Putem crede că, într-o astfel de situație, caracterul nonpertinent al informației individualizante, deci slaba sa valoare diagnostică (valoare informativă), face ca ea să nu aibă nici un impact asupra ideii pe care ne-o facem despre persoana-țintă. Se dovedește a nu fi așa; acest tip de informație poate duce la o judecată mai curând individuală decât categorială (vom reveni asupra rolului diferitelor tipuri de informații în formarea impresiilor). Rezultatele experimentului lui Denhaerinc, Leyens și Yzerbyt (1989) ilustrează acest fapt.

Sarcina subiecților constă în a alege reacția pe care ar putea să o aibă un jurist sau un profesor de matematică atunci când i se defectează calculatorul personal. Exemplele unor astfel de reacții (a lovi aparatul sau a consulta manualul) sunt prezentate ca fiind tipice sau atipice pentru cele două profesii.

Subiecții sunt repartizați în trei condiții. În prima (martor), ei nu primesc nici o informație în afară de cea asupra profesiei persoanei căreia i se strică calculatorul (informație categorială). În celelalte două condiții, ei află că această persoană (indiferent de profesie) este căsătorită, are doi copii, are patruzeci de ani (informație individualizantă). Dacă în cea de-a doua condiție această informație este dată în scris, în cea de-a treia subiecții o află vizionând o casetă video în care o persoană (mereu aceeași) se prezintă ca fiind jurist sau profesor de matematică, căsătorit, cu doi copii etc.

Este evident că informația categorială are o anumită relevanță pentru a determina modul în care persoana-țintă va reacționa la defectarea calculatorului. A lovi aparatul sau a consulta manualul sunt reacții prezentate ca tipice sau atipice, pentru fiecare dintre aceste două profesii. Aparent, informația individualizantă nu există. În principiu, faptul de a fi căsătorit, a avea patruzeci de ani sau doi copii nu ar trebui să aibă nici o influență asupra reacțiilor persoanei-țintă în fața calculatorului stricat, și totuși...
 ➤ Rezultatele obținute sunt uimitoare. În absența informației individualizante, subiecții aleg pentru jurist reacțiile prezentate ca tipice pentru profesia sa și fac același lucru și în cazul profesorului de matematică. Într-un fel, ei „se mulțumesc” cu răspunsurile „stereotipice” atât timp cât sunt singurele de care dispun. În prezența informațiilor individuale, care totuși nu sunt pertinente, această tendință se atenuează. Contrar a ceea ce ne-am putea imagina, impactul informațiilor individualizante, chiar non-pertinente, se dovedește a fi important. Aceste informații contribuie la diluarea judecății categoriale stereotipice. Așa cum remarcau și autorii acestui experiment, fenomenul diluției stereotipurilor nu corespunde diminuării lor (ele pot rămâne intacte), ci diminuării exprimării lor (vom reveni mai jos).

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Prezentarea ultimelor experimente, a ultimului mai ales, nu mai este urmată de un paragraf intitulat „Aspecte metodologice”. Puteți să o faceți voi înșivă, reconstituind ipotezele autorilor, principalele variabile și operaționalizarea lor, și reflectând asupra eventualelor critici metodologice. Pentru aceasta, să admitem că ați considerat totdeauna că juriștii sunt foarte serioși și metodici (verifică tot, se informează despre tot

și sunt înconjurați de tot felul de manuale). Dacă acceptați să participați la una dintre condițiile experimentale, aflați că reacția lor tipică în fața unui calculator care se strică este... de a-l lovi! Aceasta contrazice „teoriile” voastre despre juriști. Ce consecințe poate avea acest fapt asupra răspunsului vostru dacă sunteți în condiția fără informație individualizantă și ce consecințe ar avea în cazul în care dispuneți de astfel de informații?

4. Tipuri de informații și rolul lor în formarea impresiilor

Atât modelul continuumului, cât și lucrările lui Asch și Anderson arată că nu toate informațiile joacă același rol (nu au aceeași pondere) în formarea impresiilor. Care sunt informațiile cu o mai mare importanță în organizarea ideilor noastre despre persoane?

4.1. Primele informații și trăsături centrale

Asch (1946) a arătat că *primele informații* orientează și dau un sens celor următoare (vezi chenarul 6). Impactul lor este puternic mai ales atunci când nu cunoaștem persoana și când nu dispunem de alte informații în legătură cu ea. El a arătat, de asemenea, că informațiile referitoare la un aspect (dimensiune) pertinentă și în legătură cu care nu avem nici o informație (cum ar fi sociabilitatea) joacă *un rol central* în formarea impresiilor.

4.2. Informații saliente și diagnostice

Ș-a arătat că și informațiile saliente, și cele diagnostice sunt supuse unui tratament special. Primele pentru că ne atrag atenția, sunt „frapante”, iar cele din urmă pentru că permit să se infereze mai mult, sunt mai informative.

Informațiile care ne atrag atenția (*saliente*) se referă:

- mai curând la cazuri particulare decât la tendințe generale, care sunt adesea cifrate, impersonale și abstracte;
- mai mult la caracteristicile (cazuri) rare decât la cele frecvente;

- la caracteristicile incoerente cu așteptările noastre;
- la caracteristicile direct vizibile (sex, vârstă, culoarea pielii).

Informațiile *diagnostice* care facilitează inferențele și deci cele de la care se pleacă pentru a se deduce altele sunt legate de:

- caracteristici (conduite) cu conotație mai curând negativă decât pozitivă;
- apartenențe categoriale.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Anumite caracteristici care fac ca informațiile să fie saliente fac ca ele să fie și diagnostice. Printre cele patru tipuri de informații care ne atrag atenția (saliente), care tip este legat de diagnosticitatea apartenenței categoriale? Care este legat de diagnosticitatea conotației negative?

Pentru a răspunde la prima întrebare, imaginați-vă că întâlniți pe culoar o persoană necunoscută. Dacă imediat după aceasta sunteți întrebați cine era, care ar fi răspunsul vostru? Asupra căror caracteristici ale persoanei v-ați opri?

Pentru a răspunde la a doua întrebare, găsiți mai întâi motivele pentru care informațiile cu conotație negativă au adesea o mai mare valoare diagnostică decât cele cu conotație pozitivă. Pentru aceasta, încercați să reflectați în ce moment aveți impresia că știți mai mult despre un coleg pe care abia l-ați cunoscut: atunci când aflați că este simpatic (o caracteristică cu conotație pozitivă) sau că este indiscret (o caracteristică cu conotație negativă)? Apoi, referindu-vă la experiențele voastre cotidiene, încercați să estimați care dintre cele două cazuri este mai frecvent: cel în care un alt coleg vă spune că acesta (colegul pe care abia l-ați cunoscut) este indiscret sau cel în care vă spune că este simpatic?

4.3. Meta-informații și judecabilitate

Recent, Leyens și colegii săi (1995) au atras atenția asupra existenței altor tipuri de informații cu importanță specială în formarea, dar mai ales în exprimarea impresiilor. După părerea lor, percepția socială este un proces fondat pe un *conținut*, dar și pe ceea ce ei numesc *meta-informații*. În formarea impresiei despre cineva, conținutul se află în raport cu calitatea și cantitatea informațiilor disponibile. Meta-informațiile ne ajută să ne facem o idee dacă avem sau nu dreptul să formulăm o apreciere, o impresie sau o judecată despre cineva. Ele sunt deci în raport cu „judecabilitatea” țintei. Această înseamnă că, în funcție de situația în care ne găsim, conform normelor și regulilor culturale în vigoare, ne putem simți sau nu

îndreptățiți de a judeca. A ignora existența acestui fenomen și impactul lui asupra judecăților noastre ar însemna să ignorăm specificitatea percepției persoanelor.

Să vedem ce probe aduc acești autori în favoarea teoriei judecabilității. Noi am ales două care se referă la diluția stereotipurilor, mai precis la iluzia de a fi informat și la rolul informațiilor pseudo- și nonpertinente.

Mai întâi vom arăta că pentru a judeca o persoană trebuie să avem cel puțin iluzia de a fi informați în legătură cu ea.

4.3.1. Iluzia de a fi informați

Experimentul lui Yzerbyt, Schadron, Leyens și Rocher (1994) are ca obiectiv să testeze ipoteza centrală a teoriei judecabilității sociale, conform căreia subiecții formulează judecăți despre ceilalți atunci când cred că sunt îndreptățiți să o facă. Subiecții cred mai ales că trebuie să aibă informații despre ceilalți. Modalitatea ideală este să crezi subiecților iluzia că sunt informați, adică să le crezi impresia că au primit informații, când, în realitate, acestea nu le sunt furnizate. Iată cum au procedat autorii acestui experiment.

Experimentul se derulează în laborator. Subiecții află că el are drept obiectiv simularea condițiilor reale în care se formează impresiile despre ceilalți. Este vorba despre o situație analoagă celei din viața cotidiană, în care primim informații despre celălalt, apoi facem o activitate fără nici o legătură cu persoana respectivă, pentru a reveni mai târziu asupra sa.

Astfel, subiecții încep prin a asculta începutul unei discuții cu dl Henrion, din care află doar profesia sa. Pentru jumătate dintre ei este prezentat ca arhivar, iar pentru cealaltă jumătate drept actor de comedie. Aceste două categorii profesionale au fost alese în funcție de legătura lor cu introversiunea sau extraversiunea.

Imaginea stereotipică a unui arhivar evocă pe cineva introvertit, în timp ce aceea de actor evocă pe cineva extravertit.

Apoi, toți subiecții efectuează o sarcină de ascultare în paralel. Ea constă în a trimite la fiecare ureche un mesaj diferit și a cere subiecților să reproducă cu voce tare conținutul mesajului emis spre una dintre urechi (de exemplu spre stânga). Dacă subiectul încearcă să asculte ceva cu cealaltă ureche, este incapabil să spună ce a auzit. Bineînțeles că mesajele emise spre cele două urechi nu se referă la dl Henrion.

O dată terminată această sarcină, li se cere subiecților să evalueze extraversiunea dlui Henrion. Pentru aceasta, ei au un chestionar compus

această persoană se prezintă, indicându-și numele și vorbind despre modul în care își petrece timpul liber. Aceste informații sunt alese pentru a fi *nonpertinente* (inutile) pentru predicția cerută. Ele nu au nici o legătură nici cu nivelul șocurilor electrice pe care le poate suporta persoana, nici cu numărul de filme pe care le poate viziona într-un an.

Rezultatele arată că predicțiile făcute de subiecții din prima condiție experimentală nu diferă de cele făcute de subiecții din studiul preliminar. După părerea lor, studenții (persoanele-țintă) la discipline tehnice ar trebui să accepte un nivel al șocurilor mai ridicat decât cei de la științe umane, iar studenții la litere ar fi trebuit să vadă mai multe filme decât cei de la medicină. În schimb, această tendință dispăre în predicțiile subiecților din a doua condiție. După părerea lor, atât nivelul șocurilor acceptate, cât și numărul de filme văzute ar fi același, indiferent de facultatea la care studiază persoana-țintă.

Dacă ne plasăm în cadrul teoriei judecabilității, am putea spune că informația individualizantă nonpertinentă ajută subiecții să realizeze că se exprimă cu privire la o persoană și că, în acest caz, a aplica doar ceea ce cunosc despre categoria sa de apartenență nu este – poate – suficient pentru a exprima o impresie. Altfel spus, probabil că aceasta i-a determinat să se întrebe dacă sunt suficient de informați pentru a face nu o judecată oarecare, ci una *fondată*. Astfel, este de așteptat ca fiecare element care atrage atenția subiecților asupra absenței sau a caracterului îndoielnic al acestei fundamentări să ducă la neexprimarea stereotipului, deci la diluția sa.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Conform teoriei judecabilității, fiecare element care atrage atenția subiecților asupra caracterului îndoielnic al fundamentării judecății lor asupra unei persoane duce la diluția stereotipului. Aceasta înseamnă că, în a doua condiție a experimentului lui Nisbett și al colaboratorilor săi, subiecții au găsit mai mulți indici ai caracterului nefondat al predicțiilor lor decât în prima condiție. Care ar putea fi aceștia?

Un alt experiment, ale cărui rezultate sunt asemănătoare, a fost realizat de Hilton și Fein (1989). Cum se obișnuiește în acest tip de studii, experimenterii furnizează două tipuri de informații: o informație categorială despre pregătirea universitară a unei persoane-țintă (medicină sau școală de asistenți sociali) și o informație individualizantă. Noutatea acestui studiu constă în distincția între informația individualizantă nonpertinentă și cea individualizantă pseudopertinentă. Dacă cea dintâi nu are nici o importanță, indiferent care ar fi judecata cerută, cea de-a doua nu are importanță pentru judecata cerută (aici, cea de competitivitate), dar rămâne pertinentă

pentru alte judecăți. Astfel, faptul de a afla că „Bill a găsit 20 de cenți lângă o cabină telefonică din campusul universitar” nu este util atunci când trebuie să judecăm competitivitatea sau inteligența sa etc. Faptul de a afla că, „pentru week-end-Bill și cei doi prieteni ai săi au închiriat casete video cu filme de Fellini” nu este util pentru a aprecia competitivitatea lui Bill, ci, poate, pentru a judeca simpatia sau inteligența sa.

În funcție de condiția experimentală, subiecții dispun, în afară de informația categorială, de o informație individualizantă fie nonpertinentă (a găsi 20 de cenți), fie pseudopertinentă (a închiria filme de Fellini). De fiecare dată, jumătate dintre subiecți primesc întâi informația individualizantă și apoi pe cea categorială, iar cealaltă jumătate – întâi informația categorială și apoi pe cea individualizantă. Toți evaluează competitivitatea persoanei-țintă. Trebuie adăugat că Hilton și Fein au constatat într-un studiu prealabil că studenții mediciniști sunt considerați mai competitivi decât cei de la școala de asistenți sociali.

Rezultatele experimentului propriu-zis arată că această diferență în evaluarea competitivității celor două categorii de studenți dispăre când informația pseudopertinentă (a închiria filme de Fellini) este furnizată după informația categorială.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Aceasta înseamnă că diferențele în evaluarea competitivității se mențin în celelalte cazuri. În care? Cărei condiții îi corespund ele aici?

Conform părerii autorilor teoriei judecabilității, în acest caz, totul lasă să se creadă că subiecții lui Hilton și Fein trec de la o categorie (studenți mediciniști) la un individ (Bill). Dat fiind că informația despre el aduce „ceva” deoarece este pseudopertinentă (lui Bill îi plac filmele de Fellini), ei se simt în măsură să îl judece și să facă o judecată fondată, referindu-se și la altceva, nu doar la credințele lor asupra categoriei sale de apartenență.

Pentru a încheia acest capitol asupra organizării ideilor despre persoane, unde s-a pus problema rolului „teoriilor”, „faptelor”, a raportului dintre ele și a rolului diferitelor tipuri de informații în formarea impresiilor, să ne oprim asupra unei afirmații a lui Leyens și a colegilor săi. Ea este strâns legată de ideea de judecabilitate socială și deci de ideea importanței pe care oamenii o acordă fundamentării judecăților lor și, prin aceasta, justetei acestora. Dacă nu am fi preocupați de această problemă de justete, faptul de a ne simți sau nu în măsură să judecăm, de a căuta un fundament pentru judecățile noastre nu ar avea nici un impact asupra exprimării impresiilor.

După toate probabilitățile, chiar suntem preocupați, iar una dintre întrebările care se impun este cum procedăm pentru a testa această justete. Leyens și colaboratorii săi (1996) postulează și aduc dovezi în favoarea validării sociale, și nu a validării obiective. Pentru ei, în cadrul percepției sociale, ceea ce este „adevărat” sau „just” servește interacțiunilor sociale. Din acest motiv, ei se opun ideii ca situațiile care pun în joc percepția socială sunt percepute drept situații ce presupun rezolvarea de probleme care au o soluție exactă.

De reținut

- În lucrările despre teoriile implicite ale personalității regăsim poziția lui Asch, conform căreia „teoriile” pe care oamenii le formulează cu privire la „fapte” (aici, cu privire la persoane) le influențează percepțiile.
- Anderson, care susține ideea conform căreia „faptele”, și nu „teoriile” asupra faptelor sunt cele care determină percepțiile noastre, propune diferite modele matematice de integrare a informației.
- În modelul continuumului al lui Fiske și Neuberg, regăsim o poziție moderată, conform căreia, dacă „teoriile” determină percepția noastră despre „fapte” (aici, despre persoane), în anumite situații ele nu scapă de confruntarea cu aceste „fapte”. În perceperea persoanelor, este vorba de confruntarea informațiilor categoriale cu cele individualizante.
- Printre diferitele informații care joacă un rol important în formarea impresiilor se găsesc cele care determină exprimarea judecăților categoriale (stereotipice). Ele intervin pentru a ne ajuta să decidem dacă suntem sau nu în măsură să judecăm.
- Una dintre paradigmele care permite studierea impactului acestui tip de informații conduce la crearea la subiecți a iluziei de a fi informați.

Capitolul 3

Categorizarea

Cuprins

1. Principii fundamentale ale categorizării	150
2. Organizarea categoriilor	151
3. Principiul similitudinii în constituirea categoriilor	152
4. Rolul teoriilor explicative în categorizare	155
4.1 Crearea unei reprezentări coerente despre o persoană care posedă caracteristici contradictorii	156
4.2 Tentativa de a explica de ce una și aceeași persoană ține de două categorii incompatibile	159
5. Legitimarea categorizării	162

Obiective

După studierea acestui capitol, studentul trebuie să fie capabil:

- să prezinte cele șase principii fundamentale ale categorizării;
- să dezvolte patru dintre ele;
- să citeze exemple de lucrări consacrate principiului similitudinii și rolului teoriilor explicative.

Am evocat, în mai multe rânduri, termenii „a categoriza” și „categorie”, ca și cum sensul lor ar fi evident și nu ar necesita nici un comentariu. Bineînțeles însă că nu este așa. Lucrările cu privire la perceperea persoanelor au contribuit mult la precizarea și la rafinarea noțiunii de categorie, dar și la o cunoaștere mai bună a procesului care se află la baza unei categorizări: acela al comparării. Fără el, gruparea obiectelor, a persoanelor sau a evenimentelor într-o clasă nu ar fi posibilă.

1. Principii fundamentale ale categorizării

Sintezele recente consacrate categorizării sociale insistă asupra a șase principii fundamentale (vezi Corneille și Leyens, 1994; Corneille, 1997):

1. Categoriile nu sunt simpla reflectare a realității, deoarece ele rezultă dintr-o activitate (de categorizare) care este una de interpretare (de organizare a realului), în care intervin motivațiile. Aceasta înseamnă că realitatea nu ne este accesibilă în mod direct, ca atare. Ea este construită și filtrată prin sensul limbajului.
2. Categoriile sunt organizate atât între ele (de exemplu, unele sunt mai generale decât altele), cât și în interiorul lor (de exemplu, membrii unei categorii nu sunt în mod egal reprezentativi pentru această categorie, ceea ce implică faptul că aceste categorii sunt vagi, nu au granițe sau limite rigide).
3. Similitudinea între membrii aceleiași categorii (obiecte, persoane sau evenimente) nu este un dat (inerent elementelor care o compun), ci este ceva construit. Stabilirea unei similitudini depinde deci atât de sensul comparației între elementele avute în vedere (obiecte, persoane, evenimente), de contextul în care este efectuată comparația, cât și de obiectivele individului care categorizează.
4. Grație teoriilor naive și diverselor explicații, categoriile se construiesc, dobândesc coerență și se mențin.
5. Categoriile sociale, deși sunt arbitrare, tind să fie legitimate. Pentru aceasta, unele sunt tratate ca fiind asociate unor „substraturi obiective” (esențe), ceea ce face ca ele să devină inalterabile.
6. Categoriile sunt ancorate social, adică se suprapun parțial cu raporturile sociale.

Să analizăm mai îndeaproape unele dintre aceste principii fundamentale care ne permit să înțelegem de ce psihologii sociali susțin ideea că „teoriile”, mai mult decât „faptele”, organizează percepțiile noastre.

2. Organizarea categoriilor

Lui Rosch (1978) îi datorăm primele analize sistematice și originale asupra organizării categoriilor. Ea postulează că organizarea categoriilor are loc în jurul a două dimensiuni.

Prima se referă la gradul de incluziune proprie categoriilor. În general, se disting trei niveluri de incluziune: nivelul supraordonat (de exemplu, „uman”), nivelul considerat „de bază” (de exemplu, „femeie”) și nivelul subordonat (de exemplu, „mamă”). Dați fiind că o categorie trebuie să fie și informativă (să permită distincții fine) și ușor de utilizat (atât pentru a ordona mediul, cât și pentru a comunica), nivelul cel mai frecvent utilizat este nivelul de bază.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Gândiți-vă la categoria „student”, definiți-i nivelul și „verificați” răspunsul estimând frecvența de utilizare a acestei etichete în conversațiile cotidiene.

Cealaltă dimensiune evocată de Rosch se referă la gradul de reprezentativitate a diferiților membri. În termeni tehnici, se vorbește de gradientul de prototypicalitate a categoriilor. Astfel, categoria oamenilor străluciți grupează persoane care sunt mai mult sau mai puțin strălucite, cu un spirit viu etc. Se poate ca aceste persoane să nu posedă toate atributele categoriei în aceeași măsură. Persoanele care aparțin acestei categorii se găsesc mai aproape sau mai departe de prototipul său. Acesta, conform principiului „meta-contrastului”, corespunde unui reprezentant al categoriei care posedă maximul de caracteristici proprii acestei categorii și un minim de caracteristici proprii altor categorii.

După Barsalou (1985), există categorii „uzuale” și categorii asociate obiectivelor. În cazul celor din urmă, prototipul poate fi definit printr-un criteriu ideal. De exemplu, categoria „candidați pentru căsătorie” poate fi organizată în jurul unei persoane care corespunde cel mai bine unui ideal de candidat pentru căsătorie. De asemenea, ea poate fi organizată în jurul persoanei care corespunde tendinței centrale (candidat mediu pentru căsătorie) sau frecvenței cu care o persoană (sau un obiect) apare în cadrul

categoriei (de exemplu, se poate ca, printre candidații pentru căsătorie, cei care exercită aceeași meserie să fie mai numeroși).

După părerea altor cercetători (vezi Fiske și Taylor, 1991; Leyens și Fiske, 1994), categoria se poate construi, de asemenea, grație procesului de comparare mentală între „amintirile” stocate în memorie și datele noi. Plecând de la aceste amintiri (de exemplu, diferiți bărbați care, în trecut, v-au cerut în căsătorie), se creează o abstragere a ceea ce numim „exemplar”. Astfel, se poate ca exemplarul unui candidat la căsătorie să nu corespundă nici unui candidat anume întâlnit deja.

3. Principiul similitudinii în construcția categoriilor

S-a considerat mult timp că asemănarea (asemănările) dintre membrii unei categorii (persoane, obiecte, evenimente) este un dat considerat „obiectiv”, furnizat de realitate. Era privit deci ca o caracteristică inerentă obiectelor. Această poziție a fost nuanțată când s-a demonstrat că percepția, și mai ales evaluarea similitudinii care rezultă din comparație, putea depinde de sensul acesteia din urmă și de contextul în care ea era efectuată. Numeroase cercetări, atât asupra persoanelor (Codol, 1987), cât și asupra obiectelor (Tversky, 1977), dovedesc acest lucru. Să luăm un exemplu clasic din lucrările lui Tversky. El a cerut unui grup de subiecți să compare Coreea de Nord și China, pentru a evalua asemănările dintre aceste două țări. Unui alt grup de subiecți el a propus efectuarea aceleiași evaluări, dar comparând China cu Coreea de Nord. Rezultatele obținute de Tversky arată că evaluările asemănării nu sunt aceleași în cele două cazuri. În primul, asemănarea este mai mare decât în al doilea. Sensul în care s-au comparat stimulii (aici, țările) influențează evaluarea asemănării dintre ele.

Același lucru se întâmplă și cu efectul contextului. O ilustrare clasică este oferită tot de Tversky. Subiecții compară de fiecare dată trei țări, dintre care două – Austria și Ungaria – sunt constante, iar a treia variază. Pentru jumătate dintre ei, cea de-a treia țară este Suedia, iar pentru cealaltă jumătate – Polonia. Asemănarea dintre Austria și Ungaria este mai mică în primul decât în al doilea caz. Evaluarea sa variază deci în funcție de contextul de comparație (aici, cea de-a treia țară).

► **E RÂNDUL VOSTRU:** După părerea voastră, ideea că asemănarea între stimuli nu este un dat „obiectiv” al realității, ci ceva construit, este admisă în mod curent?

Un alt aspect al similitudinii ca principiu organizator al categoriilor a fost relevat de Rips (1989). Pentru a simplifica ideea sa, vom spune că el acordă mai puțină importanță caracteristicilor stimulilor (persoane, obiecte, evenimente) și mai multă importanță cunoașterii lor de către individ și obiectivelor pe care acesta le poate urmări.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Reveniți la exercițiul precedent și întrebați-vă ce se înțelege cel mai adesea prin similitudină „obiectivă” între stimuli. La ce trimite această „obiectivitate”?

Altfel spus, după Rips, criteriile de similitudine sunt adesea definite doar în funcție de caracteristicile (mai ales cele ușor perceptibile) ale stimulilor. De exemplu, „a avea pene” este o caracteristică ușor perceptibilă, care ne poate îndemna să gândim că este vorba de o pasăre. În schimb, caracteristica de a fi născut din părinți „păsări” sau de a da naștere unei păsări nu este întotdeauna direct perceptibilă. Ea reiese din cunoștințele noastre cu privire la condițiile necesare apartenenței la categoria păsărilor și oferă un criteriu mai bun de decizie.

Pentru a testa postulatul lui Rips, Smith și Sloman (1994), într-unul din experimentele lor, propun subiecților o descriere destul de simplificată a unui obiect: diametrul său este egal cu 3 inch (aproximativ 7,5 centimetri), iar obiectul este de culoare argintie. Subiecții dispun de două tipuri de categorii pentru a-l clasa. Unele dintre ele, numite „variabile”, au un diametru care poate varia, dar este mai mare decât un deget (cum este cazul unei pizza, care este mai mare sau mai mică, dar nu și argintie). Alte categorii, numite „fixe”, au un diametru care nu variază, dar este mai mic de 3 inch (cum este cazul unui *quarter*, o monedă argintie de 25 de cenți al cărei diametru este de un inch). Subiecții trebuie să indice cărei categorii aparține obiectul-țintă și să argumenteze cu voce tare deciziile lor.

Este evident că materialul experimental este construit în așa fel, încât decizia subiecților să fie dificilă. Pentru a ilustra acest lucru, să luăm exemplul cu pizza pentru una dintre categoriile variabile și exemplul cu *quarter*-ul pentru una dintre categoriile fixe. Având în vedere dimensiunile sale, obiectul-țintă este prea mare pentru a fi o monedă, dar nu destul de mare pentru a fi o pizza. Prin culoarea sa argintie, seamănă mai mult cu o monedă decât cu o pizza. La prima vedere are mai mult din aspectul unei monede decât al unei pizza.

Rezultatele arată că subiecții clasează obiectul-țintă în categoria variabilă, dar îl găsesc mai asemănător cu categoria fixă. De ce reacționează ei așa? Știm cu toții că, deși în mod normal diametrul unei pizza este mai mare de 7 centimetri, este foarte posibil să se facă pizza de această mărime. De asemenea, știm că este posibil să îi dăm un aspect argintiu. Obiectul-țintă poate face parte așadar din această categorie, chiar dacă, prin culoarea sa, este mai puțin tipic. Lucrurile nu se prezintă la fel pentru o monedă. Știm cu toții că dimensiunea acestei monede este greu, sau mai bine zis imposibil de manipulat. Culoarea sa argintie constituie unul dintre principalele criterii care permit recunoașterea *quarter*-ului de alte monede. Obiectul-țintă nu poate deci să aparțină acestei categorii, chiar dacă are culoarea care o caracterizează.

După cum puteți constata plecând de la această reconstrucție rapidă a argumentelor în favoarea deciziei luate de subiecții experimentali, criteriile de categorizare pot fi fondate atât pe cunoștințe, cât și pe caracteristicile stimulilor.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Recitiți rezumatul acestui studiu, încercând să reparați eventualele limite ale rezultatelor obținute. Pentru a vă ajuta, vă spunem că, într-un alt experiment, Smith și Sloman (1994) au cerut subiecților să indice apartenența categorială a acestui obiect în scris și fără nici un comentariu, iar nu oral și argumentat. După părerea acestor autori, faptul că se cere argumentarea unei decizii favorizează apelul la cunoștințe și luarea lor în considerație în definirea criteriilor pe care se fondează decizia.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** În mod obișnuit distingem două tipuri de categorii: cele numite „naturale” și cele „artificiale”. Primele reunesc obiectele care există independent de activitatea umană, cum ar fi, de exemplu, „roșiile”, „câinii”. Omul poate interveni, de pildă, pentru a crea noi rase de câini sau noi specii de tomate, dar el nu a creat nici câinele, nici roșia. Al doilea tip de categorii reunește obiecte create (fabricate) de om. Acesta este cazul „caselor” pe care omul le construiește, al „proverbelor” pe care le inventează etc. Primele, categoriile „naturale”, sunt mai puțin arbitrare și mai puțin susceptibile să sufere schimbări decât ultimele, categoriile „artificiale”. S-a demonstrat că, plecând de la informația conform căreia un obiect aparține unei categorii naturale, obținem mai multe informații decât plecând de la informația conform căreia el aparține unei categorii artificiale. După părerea voastră, la ce tip de categorie se referă atât Rips, cât și Smith și Sloman, în experimentele lor? Categoria variabilă, ilustrată de

exemplul pizzei, și categoria fixă, ilustrată prin exemplul monedelor, fac parte dintre categoriile „naturale” sau „artificiale”?

Reflectați acum la diferitele categorii sociale care au fost evocate în exemplele din această parte a manualului, cum ar fi „profesori”, „studenți”, „extravertiți”, „simpatici”. În opinia voastră, aceste categorii te fac să te gândești mai curând la categorii „naturale” sau „artificiale”? Au ele ceva specific? Dacă da, ce anume?

4. Rolul teoriilor explicative în categorizare

În cel de-al patrulea principiu fundamental găsim ideea conform căreia în categorizare intervine căutarea unei explicații. Acest principiu este fondat pe ipoteza că o categorie nu este caracterizată prin simpla listă a atributelor sale mai mult sau mai puțin importante (reprezentative). Acestea din urmă, din contra, ar fi legate între ele de un fel de teorie explicativă. Această teorie este cea care ar da coerență ansamblului de atribute considerate și ar asigura menținerea categoriei.

Aceasta înseamnă că, atunci când construim categoriile, nu selecționăm orice caracteristică, ci, de preferință, pe cele care se potrivesc unei explicații. Din acest motiv, se presupune că organizarea mediului nostru în categorii nu reflectă neapărat organizarea realului (vezi primul principiu). Cunoștințele, credințele, teoriile noastre naive ar constitui un filtru și ar altera percepția asociațiilor sau a coocurențelor care există în realitate. Astfel, ni se întâmplă să „vedem” coocurențe care nu există, precum și să nu le „vedem” pe cele care există. Aceasta se întâmplă atunci când ultimele nu concordă cu teoriile noastre explicative sau nu se pretează la explicații.

Teoriile explicative ar putea să joace un rol important în rezolvarea incoerențelor. Acestea din urmă determină existența, la o aceeași persoană, a unor caracteristici numite „contradictorii” (de exemplu, a fi în același timp prost și inteligent) sau la apartenența sa la categorii numite „incompatibile” (de exemplu, a fi absolvent al Universității Harvard și a fi tâmplar). Aceste incoerențe ar trebui, în cele mai multe cazuri, să-și găsească o explicație.

4.1. Crearea unei reprezentări coerente despre o persoană care posedă caracteristici contradictorii

Asch și Zukier (1984) au analizat tendința de a construi o reprezentare coerentă despre o persoană care posedă caracteristici contradictorii.

Ei le spun subiecților că obiectivul studiului lor constă în a afla cum gândim despre ceilalți. Mai întâi, ei descriu foarte pe scurt o persoană, spunând că, după părerea lor, două trăsături o caracterizează bine. Subiecții trebuie să-și imagineze o persoană care posedă aceste două trăsături și să o descrie în câteva fraze, explicând mai ales cum pot coexista aceste două trăsături.

Fiecare subiect dispune de șase perechi de caracteristici și de 30 minute pentru a le interpreta. Dintre ele, trei sunt „coerente” și trei „incoerente” (sau contradictorii) (pentru exemplificare, vezi tabelul 5).

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Imaginați-vă că, la fel ca Asch și Zukier, ați vrea să verificați dacă oamenii ajung realmente să își facă întotdeauna o reprezentare coerentă în legătură cu o persoană care posedă caracteristici „contradictorii”. Trebuie să vedeți care perechi de caracteristici sunt contradictorii și care nu. Cum procedați?

Asch și Zukier au reținut trei criterii de coerență (vs incoerență). Evaluarea lor a făcut obiectul unui studiu preliminar la care au participat trei grupuri diferite de subiecți. Acest aspect al demersului lor arată că un studiu în aparență simplu necesită o claritate a conceptualizării (aici, a definiției coerenței) și căutarea, uneori foarte îndelungată, a unei operaționalizări pertinente.

Primul criteriu trimite la sensul atribuit spontan unei caracteristici. Pentru a-l repera, autorii au cerut unui grup de subiecți să facă asociații libere. Jumătate dintre subiecți făceau asociații plecând de la primul element al unei perechi (de exemplu, pentru perechea „strălucit și prost” acesta era „strălucit”), iar cealaltă jumătate – plecând de la al doilea element la unei perechi (în acest exemplu este vorba de „prost”). Aceasta a permis să se aleagă pentru perechile incoerente două caracteristici, din care una nu ne face să ne gândim la cealaltă, și să se procedeze invers pentru cele coerente. S-a dovedit, de exemplu, că în legătură cu „inteligent” este evocat foarte adesea adjectivul „spiritual”, iar în legătură cu „strălucit” este evocat epitetul „excentric”, și nu „prost”.

Al doilea criteriu trimite la probabilitatea subiectivă de coocurență a două caracteristici. Pentru aceasta, un alt grup de subiecți a estimat probabilitatea coocurenței fiecărei perechi pe o scară de la 1 (foarte probabil) la 7 (foarte improbabil). Dacă șansele ca o persoană să fie în același timp veselă și tristă au fost în medie evaluate ca fiind slabe, cele de a fi în același timp inteligentă și spirituală au fost ridicate.

Al treilea criteriu se referă la coerența percepută. Un alt grup de subiecți a evaluat coerența fiecărei perechi de caracteristici cu ajutorul unei scale de la 1 (foarte coerent) la 7 (foarte incoerent) (vezi tabelul 5).

Asch și Zukier au considerat coerente (vs incoerente) perechile de caracteristici care, din punctul de vedere al acestor trei criterii, au fost percepute ca atare.

Rezultatele provenind din explicațiile date de subiecții care au participat la studiul propriu-zis au făcut obiectul unei analize calitative.

Tabelul nr. 5. Distribuția evaluărilor coerenței pentru 25 de subiecți experimentali după Asch și Zukier (1984)

Perechi de caracteristici	Scala de coerență			Mediană
	1-3 (foarte coerent)	4 (nici coerent, nici incoerent)	5-7 (foarte incoerent)	
Invidios și critic	19*	0	6**	2***
Inteligent și spiritual	22	3	0	2
Călduros și nostim	25	0	0	1
Ambițios și leneș	4	0	21	7
Generos și revendicativ	4	3	18	7
Vesel și trist	3	2	20	7

* Această cifră înseamnă că 19 subiecți din 25 au atribuit respectivei perechi de caracteristici o valoare care se situează între 1 și 3, pe o scară de la 1 la 7.

** Cei 6 subiecți rămași au atribuit acestei perechi de caracteristici o valoare care se situează între 5 și 7 pe aceeași scară.

*** Cifra 2 corespunde medianei, adică valorii de scară cel mai frecvent aleasă pentru această pereche de caracteristici.

Cei doi experimenterii au grupat, fiecare în parte, explicațiile de același fel. Înainte de a le prezenta, să precizăm că, spre surpriza lui Asch și Zukier, timpul necesar pentru a interpreta perechile de caracteristici

incoerente era practic același cu cel necesar pentru perechile coerente. Într-un fel, explicarea incoerențelor nu s-a dovedit mai dificilă decât explicarea coerențelor.

Autorii disting șase tipuri de explicații care reflectă teoriile naive despre cum sunt și acționează oamenii. Astfel, pentru a interpreta coexistența caracteristicilor coerente, subiecții lor se referă în principal la ideea că una o *condiționează* pe cealaltă. De exemplu, „a fi inteligent” este o condiție favorabilă și chiar necesară pentru „a fi strălucit”.

Pentru a explica coexistența caracteristicilor incoerente, subiecții fac apel la idei destul de diverse, cum ar fi:

1. *O separare* între diferitele sfere de acțiune. De exemplu, faptul de a fi „strălucit” din punct de vedere intelectual poate să nu aibă nimic în comun cu simțul practic. Persoanele „strălucite” pe plan intelectual pot părea stupide (deoarece sunt complet dezarmate) în fața diferitelor probleme (chiar și a celor simple) din viața curentă.
2. *Niveluri diferite* ale acțiunii. Dacă unul dintre ele este *exteriorizat*, și deci manifest, celălalt este *interiorizat*, mai profund și adesea „ascuns”. El corespunde adevăratei naturi (personalității) a unei persoane. Astfel, o persoană a cărei „adevărată natură” este de a fi singuratică poate da impresia că este sociabilă.
3. O *legătură cauză/efect* între caracteristici. Astfel, o persoană dependentă, din cauza dependenței sale, devine ostilă.
4. O *sursă comună* a diferitelor caracteristici. De exemplu, persoanele care au o dispoziție schimbătoare pot cu ușurință să treacă de la o stare de veselie la una de tristețe.
5. Anumite dispoziții servesc drept *mijloace pentru a ajunge la una și aceeași finalitate*. A fi sever și, în același timp, a fi amabil sunt două modalități pentru a educa bine copiii sau a conduce un colectiv.

Diversitatea ideilor și a „teoriilor” despre personalitate, despre modul de acțiune caracteristic oamenilor, puse la punct pentru a „explica” incoerențele între trăsăturile care îi caracterizează, este impresionantă. Aceasta nu ne împiedică să spunem sau să gândim că o persoană este „plină de contradicții”. De asemenea, este foarte probabil să avem și „o teorie” în legătură cu acest tip de persoane.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Se poate spune că acest studiu al lui Asch și Zukier este un studiu experimental? Pentru a răspunde la această întrebare, amintiți-vă ce condiții trebuie să îndeplinească un studiu experimental.

4.2. *Tentativa de a explica de ce una și aceeași persoană ține de două categorii incompatibile*

Un alt studiu, care merge în aceeași direcție ca acela al lui Asch și Zukier, a fost realizat de Kunda, Miller și Claire (1990). Acești autori au vrut să știe cum se construiește o reprezentare coerentă a unei persoane care aparține de două categorii implicând așteptări nu doar diferite, ci poate incompatibile. De exemplu, despre un absolvent al Universității Harvard gândim că este cult, că munca sa este cea a unui intelectual. În schimb, despre un tâmplar gândim că efectuează o muncă mai rudimentară, manuală etc. Atunci ce am gândi despre un tâmplar absolvent al Universității Harvard?

Conform ipotezei lor, cu cât combinația de apartenențe categoriale este mai surprinzătoare și deci în aparență conflictuală, cu atât mai intensă este căutarea explicației și, o dată cu ea, recurgerea la raționamentul causal. Aceasta se manifestă în viața curentă prin întrebări de tipul: „Din ce cauză membrul unei categorii a devenit membrul unei alte categorii?” sau poate: „Cum se face că un absolvent al Universității Harvard a devenit tâmplar?”

Într-un prim studiu, autorii le cer subiecților să descrie liber o persoană în legătură cu care nu menționează decât apartenența categorială. Un grup de subiecți este informat că această persoană face parte din două categorii în același timp (de exemplu, este absolvent al Universității Harvard și tâmplar). Alte două grupuri află că această persoană aparține unei singure categorii (de exemplu, subiecților unui grup li se spune că această persoană este absolventă a Universității Harvard, iar subiecților celui alt grup că este tâmplar). După ce persoana-țintă a fost descrisă, li se cere subiecților primului grup să evalueze (cu ajutorul unei scale de la 1 la 7) în ce măsură dubla sa apartenență este surprinzătoare pentru ei.

Perechile de categorii utilizate sunt următoarele: absolvent al Universității Harvard și tâmplar, jurist și orb, comunist și fost pușcaș marin, maratonist și orb, feministă și angajată a unei bănci, antreprenor și „de stânga”, homosexual și muncitor în construcții.

Rezultatele arată că descrierea persoanei-țintă nu le creează dificultăți subiecților (nimeni nu a dat foaia albă). Analiza lor este mărturia a numeroase fenomene.

Mai întâi, în descrierile libere domină stilul narativ. De exemplu, în legătură cu individul prezentat ca fiind în același timp absolvent al

Universității Harvard și tâmplar, un subiect scrie: „El vrea să devină un maestru tâmplar pentru a revoluționa tâmplăria, să propună noi modele, să determine utilizarea de noi materiale”. În legătură cu un jurist orb, un alt subiect scrie: „Această persoană a trebuit să muncească din greu. Cred că persoanele handicapate trebuie să muncească mult mai mult pentru a-și termina cu succes studiile de drept, mai ales cele care sunt oarbe”. După părerea autorilor, faptul că anumiți subiecți își exprimă impresiile nu sub forma unei liste de atribute, ci sub forma unei povestiri este un indicator indirect al prezenței raționamentului cauzal. Totuși, ei susțin că ar trebui să găsim urme ale prezenței acestui tip de raționament chiar în descrierile făcute sub forma unei liste de atribute. Indicarea unei singure caracteristici pe care o atribuim cuiva nu reflectă decât rezultatul final al unui raționament care a fost utilizat.

După părerea lui Kunda și a colaboratorilor săi, în descrierile persoanelor care au o dublă apartenență, oricare ar fi forma acestora, *pot apărea caracteristici noi*, nemenționate între cele care se referă la persoane ce aparțin unei singure categorii din cele două. Prezența lor ar dovedi indirect o tentativă de explicare. Aceasta înseamnă că subiecții ar trece dincolo de informațiile inferate plecând de la cunoștințele lor despre o categorie și făcând apel la cunoștințe, credințe, teorii naive mai generale despre oameni și despre lume.

O nouă analiză a descrierilor demonstrează acest fapt. De exemplu, în descrierea unui jurist orb, un mare număr de subiecți menționează adjectivul „hotărât”, care este o caracteristică absentă în descrierea categoriei juriștilor și a categoriei orbilor. În descrierea unui tâmplar absolvent al Universității Harvard apar caracteristici ca „nonconformist”, „nematerialist”, absente atât în descrierea categoriei absolvenților Universității Harvard, cât și în descrierea categoriei tâmplarilor. În descrierea unui comunist fost pușcaș marin apar adjectivele „agitator” și „anti-american”.

În rezultatele obținute, cu cât combinația categoriilor este mai surprinzătoare, cu atât se găsesc mai multe indicii ale unui raționament cauzal. Aceasta înseamnă că atât recurgerea la narațiune, cât și numărul de atribute care apar sunt mai ridicate în acest caz. Combinația considerată cea mai puțin surprinzătoare era „feministă angajată la o bancă”, și cea mai surprinzătoare, pe lângă „tâmplar absolvent de Harvard”, era „maratonist orb”.

Aceiași autori rafinează mai mult testarea ipotezei lor asupra prezenței raționamentului cauzal. Într-un alt studiu, ei încearcă să vadă în ce măsură caracteristicile care au apărut în descrierile unei persoane care ține

de două categorii în același timp (o vom numi „categorie dublă”) caracterizează o persoană ce aparține unei singure categorii (pe care o vom numi „categorie simplă”).

De această dată, autorii rețin două combinații de categorii incompatibile: „absolvent al Universității Harvard” și „tâmplar”; „orb” și „jurist”. Li se cere subiecților să descrie membrii unei categorii simple (de exemplu, „tâmplar”) sau ai unei categorii duble (de exemplu, „tâmplar absolvent al Universității Harvard”). Apoi, li se propune să evalueze în ce măsură este posibil ca atributele ce apar doar în legătură cu categoria dublă să caracterizeze membrii fiecăreia dintre cele două categorii simple.

Rezultatele reunite în tabelul 6 arată că un atribut care a apărut în cazul unei categorii duble pare întotdeauna mai plauzibil pentru membrii având această dublă apartenență decât pentru cei care aparțin unei singure categorii.

Tabelul nr. 6. Evaluările medii ale plauzibilității atributelor „emergente” după Kunda, Miller și Claire (1990)

Atribut „emergent”	Categoria nr. 1	Categoria nr. 2	Combinarea celor două categorii
	Absolvenți ai Universității Harvard	Tâmplari	Tâmplari absolvenți ai Universității Harvard
Nonconformist	4,71*	4,46	5,62
Nematerialist	3,43	4,62	5,42
	Orbi	Juriști	Juriști orbi
Compătimitor	4,69	4,36	5,89
Curajos	5,85	4,86	6,56
Bărbat	3,77	4,43	5,28
Extravertit	4,38	5,21	5,89

* Cu cât cifrele sunt mai mari, cu atât atributul este judecat ca fiind mai plauzibil pe o scală de la 1 (neplauzibil) la 7 (foarte plauzibil).

Dacă „a nu fi materialist” este un atribut plauzibil pentru tâmplarii absolvenți ai Universității Harvard, el nu este plauzibil pentru tâmplari și încă mai puțin pentru absolvenții Universității Harvard. Dacă este puțin probabil ca un orb să fie, pentru subiecții experimentali, un bărbat, este mediu-probabil ca un jurist să fie bărbat și foarte probabil ca un jurist orb să fie bărbat.

Astfel, subiecții consideră că persoanele care fac parte dintr-o combinație surprinzătoare de două categorii posedă câteva atribute pe care

persoanele care aparțin unei singure categorii nu le posedă. Este deci rezonabil să considerăm că avem de-a face cu manifestări ale căutării unei explicații.

În fine, un alt rezultat obținut de Kunda, Miller și Claire în studiul următor merită atenția noastră. Tot pentru a testa rolul raționamentului cauzal în căutarea coerenței impresiilor, autorii se interesează de relația de implicare dintre categoriile de apartenență. Mai precis, ei doresc să afle dacă, în explicația pe care o construiesc subiecții, apartenența la o categorie implică apartenența la o altă categorie și în ce sens merge această implicație. Dacă acest sens este unic, înseamnă că subiectul consideră că apartenența la o categorie este un antecedent al apartenenței la o alta (o precedă și, prin aceasta, o condiționează). Acest fenomen ar trebui să se manifeste mai frecvent în cazurile de combinații surprinzătoare, care îndeamnă mai mult la căutarea unei explicații. Să ne amintim combinațiile cele mai surprinzătoare, care erau „tâmplar și absolvent al Universității Harvard” și „maratonist și orb”, și cea mai puțin surprinzătoare, care era „angajată la bancă și feministă”.

Rezultatele arată că, într-adevăr, în cazul combinațiilor surprinzătoare de categorii, sensul implicării este unic. Astfel, dacă un absolvent al Universității Harvard poate deveni tâmplar, un tâmplar nu devine absolvent al Universității Harvard. În schimb, pragul implicației nu este unic în cazul combinațiilor puțin surprinzătoare. De exemplu, o feministă poate deveni angajată a unei bănci, așa cum și o angajată a unei bănci poate deveni feministă.

► **E RÂNDUL VOSTRU:** Amintiți-vă principalele caracteristici ale legăturii cauzale prezentate în introducerea acestui manual. Apoi căutați-le în cele trei studii ale lui Kunda, Miller și Claire menționate mai sus. Sunt toate prezente? Dacă nu, indicați-le pe cele care, după părerea voastră, lipsesc. Acest exercițiu vă va ajuta să găsiți o legătură între un concept și operaționalizarea sa (indicatorii săi).

5. Legitimarea categorizării

Până acum am examinat rolul explicației în menținerea coerenței și a stabilității categoriilor. Unii cercetători consideră că oamenii au, de asemenea, tendința de a-și legitima categorizările sociale (pentru o prezentare

sintetică, vezi Leyens și Yzerbyt, 1997). Foarte interesantă în sine, această idee, în dezvoltările sale actuale, face referire la conceptul filosofic de „esență”. Acesta, în istoria filosofiei, a fost imediat opus celui de „existență”. Pentru reprezentanții existențialismului, ca Sartre, existențialismul este umanism. În celebra sa frază „existența precede esența”, Sartre face aluzie la faptul că omul întâi apare și se definește pe tot parcursul existenței sale.

Aplicată la categorizarea socială, referința la existențialism constă în a postula că tratăm anumite categorii sociale ca și cum ele ar avea o „esență”, un fel de „substrat obiectiv”. Un astfel de substrat (de exemplu, de natură genetică sau biologică) ar determina într-un moment anume „existența” membrilor acestei categorii, astfel încât a-l abandona, a-l schimba cu altul ar fi imposibil. Problema constă în faptul că cea mai mare parte dintre categoriile sociale sunt arbitrare și deci, prin definiție, lipsite de un „substrat obiectiv”, de o „esență”. De exemplu, cazul categoriilor formate din trăsături de personalitate („cei buni”, „cei sinceri”, „cei necinstiți”, „cei introvertiți” etc.), categoriile profesionale (juriștii, profesorii, tâmplarii etc.) categoriile ce desemnează locuitorii unei regiuni (savoiarzii, vendeenii etc.) și multe altele. Ce se întâmplă atunci când teoria naivă subiacentă acestui tip de categorii este de natură esențialistă? Ne putem gândi că ea va face această categorie mai omogenă (membrii săi vor fi atunci percepuți ca diferențiindu-se mai puțin unii de alții), dar și mai stabilă (caracteristicile cele mai tipice ale acestei categorii vor avea puține șanse, sau mai bine zis nici o șansă, să se schimbe, și vor avea o pronunțată valoare predictivă). Dar, mai ales, o astfel de teorie va justifica însăși existența acestei categorii, deoarece, deși este arbitrară la origine, ea nu va mai fi așa.

Totuși, datorită faptului că această idee complexă, care riscă uneori să fie greșit înțeleasă sau utilizată, se sprijină pe un număr încă redus de studii experimentale, nu o vom dezvolta mai mult.

▲ 7. Grupul ca o categorie

- Studiile de cogniție socială și mai ales cele despre categorizare au resuscitat interesul pe care psihologii sociali îl acordau grupurilor, dar într-un sens și într-o manieră specifice (vezi Oberlé, 1997). Particularitatea acestei abordări constă în faptul că grupul este perceput înainte de toate ca o categorie perceptuală și/sau conceptuală, și nu ca un ansamblu de indivizi care se întâlnesc, fac schimburi, depind unii de

alții pentru a realiza un obiectiv etc. Termenul „grup” este utilizat în acest cadru pentru a desemna indivizii care posedă o caracteristică comună (aceeași vârstă, o înclinație pentru risc, locuitori ai aceleiași țări etc.). Nu numai că acești indivizi pot să nu fie în contact unii cu alții, să nu se cunoască, dar, în plus, ei pot chiar să ignore existența lor comună. Este suficient că sunt percepuți ca făcând parte din aceeași categorie. Cercetătorii își propun să studieze acest tip special de percepții și consecințele lor. Ei descoperă, între altele, o eroare evidentă în favoarea in-grupului (numită și eroare de favorizare a grupului de apartenență). S-a dovedit că evocarea unui grup, în sensul unei categorii, ridică în egală măsură problema apartenenței și, prin aceasta, cea a autocategorizării și identității (Turner, 1987). De exemplu, referirea la studenți evocă foarte probabil altceva pentru indivizii care se percep în această calitate decât pentru cei care nu sunt în această situație. Pentru primii, această categorie este o categorie de apartenență (se vorbește în acest caz de in-grup), iar pentru cei din urmă nu este (se vorbește de out-grup). Această situație, pe care o putem considera o situație de grup minimal, s-a dovedit în multe cazuri suficientă pentru ca eroarea să se manifeste în favoarea in-grupului (Tajfel, 1981). Ea constă în favorizarea, fie prin aprecieri, fie prin comportamente, a membrilor in-grupului. Simpla distincție între „ei”, care corespunde unui out-grup, și „noi”, care corespunde unui in-grup, are deci repercursiuni importante atât asupra percepțiilor, cât și asupra comportamentelor legate de persoanele desemnate prin aceste două etichete. După cum arată analizele mai recente, eroarea în favoarea in-grupului variază (se intensifică sau slăbește) în funcție de statutul grupului, de mărimea lui, de caracterul lui mai mult sau mai puțin închis (exclusiv), de puterea sau de legitimitatea lui. Descoperirea sa a permis reconsiderarea relațiilor dintre grupuri. Lui Henri Tajfel și echipei sale le datorăm primele studii sistematice în legătură cu acest subiect (pentru ultimele dezvoltări vezi Sedikides, Schopler și Insko, 1998).

De reținut

- Categoriile nu sunt simpla reflectare a realității.
- Ele rezultă dintr-o activitate de interpretare (de organizare a realului).
- Această activitate se manifestă prin căutarea atât a asemănării dintre obiectele susceptibile să aparțină aceleiași categorii, cât și a coerenței și a menținerii sale.
- Cea mai mare parte dintre lucrările consacrate acestei activități trimit la analiza explicațiilor oferite în legătură cu incompatibilitatea atât a caracteristicilor, cât și a categoriilor de apartenență.

ANEXA CODUL DEONTOLOGIC AL PSIHOLOGILOR DIN FRANȚA

**Respectul persoanei în dimensiunea sa psihică
este un drept inalienabil.
Recunoașterea sa fondează acțiunea psihologilor.**

Preambul

Prezentul Cod Deontologic este destinat să servească drept regulă profesională bărbaților și femeilor care au titlul de psiholog, oricare ar fi modul de exercitare a profesiei și cadrul profesional, incluzând activitățile de învățământ și cercetare.

Finalitatea sa este, înainte de toate, de a proteja publicul și psihologii împotriva abuzurilor psihologiei și împotriva utilizării metodelor și tehnicilor care se declară în mod abuziv ca aparținând psihologiei.

Organizațiile profesionale semnatare ale prezentului Cod se angajează să îl facă cunoscut și respectat. Ele aduc, din această perspectivă, sprijin și asistență membrilor lor. Aderarea psihologilor la aceste organizații implică angajarea lor de a respecta dispozițiile Codului.

TITLUL I - PRINCIPII GENERALE

Complexitatea situațiilor psihologice se opune simplei aplicări sistematice a regulilor practice. Respectarea regulilor prezentului Cod Deontologic se întemeiază pe reflecția etică și pe capacitatea de discernământ, cu respectarea următoarelor principii:

1. Respectarea drepturilor persoanei

Psihologul își raportează exercițiul profesional la principiile publicate în legislația națională, europeană și internațională asupra respectării drepturilor fundamentale ale persoanei și în special a demnității, libertății și protecției acesteia. El nu intervine decât cu consimțământul liber și explicit al persoanelor implicate. Reciproc, orice persoană trebuie să se poată adresa direct și liber unui psiholog. Psihologul protejează viața particulară

a persoanelor, garantând respectarea secretului profesional, inclusiv între colegi. El respectă principiul fundamental că nimeni nu este împiedicat să dezvăluie orice ar vrea despre sine.

2. Competența

Psihologul își menține competențele prin cunoștințe teoretice aduse la zi, printr-o formare continuă și printr-o formare pentru a discerne implicarea sa personală în înțelegerea celuilalt. Fiecare psiholog garantează pentru calificările sale speciale și își definește limitele proprii, ținând cont de formația și de experiența sa. El refuză orice intervenție atunci când știe că nu are competența necesară.

3. Responsabilitatea

În afara responsabilităților definite de legile de drept comun, psihologul are o responsabilitate profesională. El va căuta ca intervențiile sale să se conformeze regulilor prezentului Cod. În cadrul competențelor sale profesionale, psihologul decide alegerea și aplicarea metodelor și tehnicilor psihologice pe care le concepe și le realizează. El răspunde deci personal de alegerile sale și de consecințele directe ale acțiunilor și opiniilor sale profesionale.

4. Probitatea

Psihologul are datoria probității în toate relațiile sale profesionale. Această datorie fundamentează respectarea regulilor deontologice și efortul său continuu pentru a-și rafina intervențiile, a-și preciza metodele și a-și defini scopurile.

5. Calitatea științifică

Modalitățile de intervenție alese de psiholog trebuie să poată face obiectul unei explicații sistematice a fundamentelor teoretice și a construcției lor. Orice evaluare sau orice rezultat trebuie să poată face obiectul unei dezbateri între profesioniști.

6. Respectarea scopului asumat

Dispozitivele metodologice puse le punct de psiholog răspund motivelor intervențiilor sale și numai lor. Construindu-și intervenția pentru a respecta

scopul asumat, psihologul trebuie să ia în considerare utilizările care pot fi eventual făcute de terți.

7. Independența profesională

Psihologul nu-și poate pierde sub nici o formă independența necesară exercitării profesiei sale.

Clauză de conștiință

În orice circumstanță în care psihologul consideră că nu poate respecta toate aceste principii, el poate invoca clauza de conștiință.

TITLUL II - EXERCITAREA PROFESIEI

Capitolul 1

TITLUL DE PSIHOLOG ȘI DEFINIREA PROFESIEI

Articolul 1. Titlul de psiholog este definit prin legea nr. 85-772 din 25 iulie 1985, publicată în Monitorul Oficial din 26 iulie 1985 [este vorba de legislația franceză, n.red.]. Sunt psihologi persoanele care întrunesc condițiile de calificare cerute de această lege. Orice formă de utilizare abuzivă a acestui titlu este pasibilă de pedeapsă.

Articolul 2. Exerțarea profesională a psihologiei necesită titlul și statutul de psiholog.

Articolul 3. Misiunea fundamentală a psihologului este de a face recunoscută și respectată persoana în dimensiunea sa psihică. Activitatea sa se exercită asupra componentei psihice a indivizilor, considerați izolat sau colectiv.

Articolul 4. Psihologul poate exercita diferite funcții cu titlu liberal, salariat sau agent public. El poate îndeplini diferite misiuni, pe care le deosebește, determinându-i și pe ceilalți să le deosebească, cum ar fi consilierea, predarea psihologiei, evaluarea, expertiza, formarea, psihoterapia, cercetarea etc. Aceste misiuni pot fi exercitate în diferite sectoare profesionale.

Capitolul 2

CONDIȚII DE EXERCITARE A PROFESIUNII

Articolul 5. Psihologul își va exercita profesia în domenii legate de calificarea sa, care va fi apreciată în funcție de formarea sa universitară fundamentală și aplicată de nivel înalt în psihologie, prin formațiile specifice, prin experiența practică și lucrările sale de cercetare. El va lua hotărâri și va acționa în funcție de competența sa.

Articolul 6. Psihologul le va impune celorlalți să respecte specificitatea exercitării profesiei și autonomia sa tehnică. El le va respecta pe cele ale altor profesioniști.

Articolul 7. Psihologul va accepta misiunile pe care le va estima ca fiind compatibile cu competențele, tehnica și funcțiile sale și care nu contravin nici dispozițiilor prezentului Cod, nici dispozițiilor legale în vigoare.

Articolul 8. Pentru un psiholog, faptul de a fi legat în exercitarea profesiei sale de un contract cu orice întreprindere privată sau orice organism public nu modifică îndatoririle sale profesionale și în special obligațiile legate de secretul profesional și independența în alegerea metodelor și deciziilor sale. El se va baza pe Codul Deontologic în stabilirea contractelor și se va referi la acesta în cadrul legăturilor sale profesionale.

Articolul 9. Înaintea oricărei intervenții, psihologul se va asigura de consimțământul celor care îl consultă sau participă la o evaluare, cercetare sau expertiză. El îi va informa asupra modalităților, obiectivelor și limitelor intervenției sale. Avizul psihologului poate să privească dosarele sau situațiile care îi sunt raportate, dar evaluarea sa nu poate fi efectuată decât în legătură cu persoanele sau situațiile pe care le-a examinat el însuși.

În toate situațiile de evaluare, oricine ar fi solicitantul acesteia, psihologul le va reaminti persoanelor implicate că au dreptul de a cere o contra-evaluare. În situațiile de cercetare, el le va informa că au dreptul de a se retrage în orice moment. În situațiile de expertiză judiciară, psihologul va trata în mod echitabil cu fiecare dintre părți, conștient că misiunea sa are scopul de a lămuri justiția asupra problemei care i-a fost pusă și nu pe acela de a aduce probe.

Articolul 10. Psihologul poate examina, la cererea lor, minori sau majori protejați de lege. Intervenția asupra acestora va ține cont de statutul, de situația lor și de dispozițiile legale în vigoare.

Atunci când consultația pentru minori sau majori protejați de lege este cerută de un terț, psihologul va solicita consimțământul explicit al acestora, ca și pe cel al deținătorilor autorității parentale sau ai tutelei.

Articolul 11. Psihologul nu se va folosi de poziția sa în scopuri personale, de prozelitism sau alienare a celuilalt. El nu va răspunde la cererea unui terț care caută un avantaj ilicit sau imoral, sau care face act de autoritate abuzivă prin recurgerea la serviciile sale. Psihologul nu se va angaja în evaluarea sau tratamentul persoanelor de care este deja legat personal.

Articolul 12. Psihologul este singurul responsabil de concluziile sale. El va ține cont de metodele și instrumentele utilizate și le va prezenta concluziile într-o manieră adaptată diferiților interlocutori, în așa fel încât să păstreze secretul profesional.

Cei interesați au dreptul să obțină o prezentare comprehensibilă a evaluărilor care îi privesc.

Atunci când aceste concluzii sunt prezentate terților, ele vor răspunde strict la întrebările formulate și nu vor cuprinde elementele de ordin psihologic pe care se întemeiază decât dacă acest lucru este necesar.

Articolul 13. Psihologul nu se poate prevala de funcția sa pentru a garanta un act ilegal și titlul său nu îl dispensează de obligațiile legii de drept comun. Conform dispozițiilor legii penale în materie de neasistare a persoanei în pericol, el are obligația să semnaleze autorităților judiciare însărcinate cu aplicarea Legii orice situație despre care știe că pune în pericol integritatea persoanelor.

În cazul în care deține informații cu caracter confidențial, care îi indică situații susceptibile de a atenta la integritatea psihică sau fizică a persoanei care îl consultă sau a unui terț, psihologul va evalua în cunoștință de cauză atitudinea pe care urmează să o adopte, ținând cont de prescripțiile legale legate de secretul profesional și de asistență a persoanelor în pericol. Psihologul își va putea clarifica decizia cerând sfatul colegilor experimentați.

Articolul 14. Documentele eliberate de un psiholog (atestat, bilanț, certificat, corespondență, raport etc.) trebuie să cuprindă numele acestuia, funcția, ca și coordonatele sale profesionale, semnătura și menționarea exactă a destinatarului. Psihologul nu va accepta ca altcineva să modifice, să semneze sau să anuleze documente relevante ale activității sale profesionale. El nu va accepta ca rapoartele sale să fie transmise fără acordul

său explicit și le va impune celorlalți să respecte confidențialitatea corespondenței sale.

Articolul 15. La locul de muncă, psihologul va dispune de un cadru convenabil, de încăperi adecvate, care să permită respectarea secretului profesional, și de mijloace tehnice suficiente în raport cu natura activităților sale profesionale și a persoanelor pe care le consultă.

Articolul 16. În cazul în care, din diferite motive, psihologul este împiedicat să continue o intervenție, el va lua măsurile adecvate pentru continuarea acțiunii sale profesionale prin solicitarea unui coleg, cu acordul persoanelor implicate, și cu condiția ca această nouă intervenție să fie fondată și posibilă din punct de vedere deontologic.

Capitolul 3

MODALITĂȚILE TEHNICE ALE EXERCITĂRII PROFESIUNII

Articolul 17. Practica psihologiei nu se reduce la metodele și tehnicile pe care le utilizează psihologul. Ea nu se disociază de o apreciere critică și de o abordare din perspectivă teoretică a acestor tehnici.

Articolul 18. Tehnicile utilizate de către psiholog pentru evaluare, cu scopuri precise de diagnostic, de orientare sau de selecție, trebuie să fie validate științific.

Articolul 19. Psihologul trebuie să fie conștient de caracterul relativ al evaluărilor și interpretărilor sale. El nu va trage concluzii definitive sau limitative asupra aptitudinilor sau personalității indivizilor, mai ales când aceste concluzii pot avea o influență directă asupra existenței acestora.

Articolul 20. Psihologul trebuie să cunoască dispozițiile legale și reglementările care rezultă din legea din 6 ianuarie 1978 despre informatică, fișiere și libertăți. În consecință, el va primi, va trata, va clasa, va arhiva și va păstra informațiile și datele aferente activității sale în conformitate cu dispozițiile în vigoare. Atunci când aceste date sunt utilizate în scopuri instructive, de cercetare, de publicare sau de comunicare, ele vor fi prelucrate în mod obligatoriu, pentru păstrarea anonimatului, prin suprimarea oricărui element care ar permite identificarea directă sau indirectă a persoanelor implicate, în conformitate cu dispozițiile legale privind informațiile nominale.

Capitolul 4

OBLIGAȚIILE PSIHOLOGULUI FAȚĂ DE COLEGII SĂI

Articolul 21. Psihologul își va sprijini colegii în exercitarea profesiei și în aplicarea și apărarea prezentului Cod. El va răspunde favorabil cererilor lor de consultație și ajutor în situații dificile, contribuind mai ales la rezolvarea problemelor deontologice.

Articolul 22. Psihologul va respecta concepțiile și practicile colegilor săi atât timp cât ele nu contravin principiilor generale ale prezentului Cod; aceasta nu exclude critica fondată.

Articolul 23. Psihologul nu va face concurență în mod abuziv colegilor săi și va apela la aceștia dacă va estima că sunt mai în măsură să răspundă unei solicitări.

Articolul 24. Atunci când psihologul îndeplinește o misiune de audit sau de expertiză a colegilor sau instituțiilor, va respecta exigențele deontologiei sale.

Capitolul 5

PSIHLOGUL ȘI DIFUZAREA PSIHLOGIEI

Articolul 25. Psihologul are o responsabilitate în difuzarea psihologiei în rândul publicului și al mass-media. El va prezenta psihologia și aplicațiile sale în acord cu regulile deontologice ale profesiei. El va uza de dreptul de rectificare pentru a contribui la seriozitatea informațiilor comunicate publicului.

Articolul 26. Psihologul nu va furniza detalii legate de metodele și tehnicile psihologice pe care le va prezenta publicului și va sublinia pericolele potențiale pe care le prezintă o utilizare necontrolată a acestor tehnici.

TITLUL III - FORMAREA PSIHLOGULUI

Capitolul 1

PRINCIPIILE FORMĂRII

Articolul 27. În procesul de învățare a psihologiei de către viitorii psihologi se vor respecta regulile deontologice ale prezentului Cod. În consecință, instituțiile de formare :

- vor difuza Codul Deontologic al Psihologilor printre studenții din primii ani de studiu ;
- se vor asigura de existența condițiilor care să permită dezvoltarea reflecției asupra problemelor etice legate de diferitele practici : învățământ, formare, practică profesională, cercetare.

Articolul 28. În procesul de învățare vor fi prezente diferitele domenii ale psihologiei, precum și pluralitatea cadrelor teoretice, a metodelor și practicilor, oferind o prezentare în perspectivă și o confruntare critică. Aceasta exclude în mod necesar îndoctrinarea și sectarismul.

Articolul 29. Predarea psihologiei va lăsa loc disciplinelor care contribuie la cunoașterea omului și la respectarea drepturilor sale, cu scopul de a pregăti studenții să abordeze în viitor probleme legate de exercitarea profesiei, respectând cunoștințele disponibile și valorile etice.

Capitolul 2

CONCEPȚIA FORMĂRII

Articolul 30. Psihologul care predă psihologie nu va participa la cursuri care nu oferă garanții asupra seriozității finalităților și mijloacelor. Profesorii de psihologie destinați formării continue a psihologilor nu pot fi decât persoane care au titlul de psiholog. Profesorii de psihologie destinați formării profesioniștilor care nu sunt psihologi vor respecta regulile deontologice enunțate în articolele 27, 28 și 32 ale prezentului Cod.

Articolul 31. Psihologul care predă psihologie va veghea ca practicile sale, ca și cerințele universitare (rapoarte de cercetare, stagii profesionale, recrutare de subiecți etc.) să fie compatibile cu deontologia profesională. El va prelucra informațiile cu privire la studenți, primite cu ocazia activităților de învățare, de formare sau de stagiu, astfel încât să respecte articolele Codului privind persoanele.

Articolul 32. Studenții vor fi informați că procedurile psihologice referitoare la evaluarea indivizilor sau a grupurilor necesită cea mai mare rigoare științifică și etică în manipularea lor (prudență, verificare), în utilizare (secret profesional și dreptul la rezervă) și că prezentările de caz se fac cu respectarea libertății de a consimți sau de a refuza, a demnității persoanelor prezentate.

Articolul 33. Psihologii care conduc stagiile, la Universitate sau pe teren, vor supraveghea modul în care stagiarii aplică dispozițiile Codului, mai ales pe cele care privesc confidențialitatea, secretul profesional, consimțământul explicit. Ei nu vor permite ca stagiarii să fie angajați ca profesioniști neplătiți. Misiunea lor este de a forma profesional studenții, și nu de a interveni asupra personalității lor.

Articolul 34. Conform dispozițiilor legale, psihologul care predă psihologie nu va accepta nici o remunerare din partea unei persoane care are dreptul la serviciile sale în numele formării sale universitare. El nu le va cere studenților să urmeze stagii de formare extrauniversitare, plătite sau nu, pentru obținerea diplomei. El nu își va trata studenții ca pe niște pacienți sau clienți. Nu le va cere să participe, gratuit sau nu, la alte activități ale sale dacă acestea nu fac parte în mod explicit din programul de formare în care sunt angajați studenții.

Articolul 35. Validarea cunoștințelor însușite în cursul formării inițiale se va face în conformitate cu normele oficiale. Ea se va efectua pentru disciplinele predate la Universitate, pentru capacitățile critice și de auto-evaluare ale candidaților și necesită referirea la exigențele etice și la regulile deontologice ale psihologilor.

Cod semnat de AEPU, ANOP, SFP în 22 martie 1996

Bibliografie

Pentru familiarizare

- AEBISCHER, V., OBERLÉ, D. (1990), *Le Groupe en psychologie sociale*, Paris, Dunod.
- FISCHER, G.-N. (1997), *Psychologie sociale*, Paris, Seuil.
- GERGEN, K., GERGEN, M. (1984), *Psychologie sociale*, Saint-Laurent, Vigot.
- GOSLING, P. (ed.) (1996), *Psychologie sociale*, vol. I și II, Paris, Bréal, col. „LexiFac”.
- LEYENS, J.-PH. (1979), *Psychologie sociale*, Bruxelles, Mardaga.
- LEYENS, J.-PH., YZERBYT, V. (1997), *Psychologie sociale*, Bruxelles, Mardaga.
- MYERS, D.G., LAMARCHE, L. (1992), *Psychologie sociale*, Montréal, McGraw-Hill.
- TAPIA, C. (ed.) (1996), *Introduction à la psychologie sociale*, Paris, Les Éditions d'Organisation.
- VALLERAND, R. (ed.) (1994), *Les Fondements de la psychologie sociale*, Montréal, Gaëtan Morin.

Pentru o mai bună înțelegere

- ABRIC, J.-C. (1996), *Psychologie de la communication*, Paris, Armand Colin, col. „Cursus”.
- CIALDINI, R. (1987), *Influence : Soyez celui qui persuade, ne soyez pas celui qu'on manipule*, Paris, Albin Michel.
- DELHOMME, P., MEYER, T. (1997), *Les Projets de recherche en psychologie sociale*, Paris, Armand Colin, col. „Cursus”.
- DOISE, W., DESCHAMPS, J.-C., MUGNY, G. (1978), *Psychologie sociale expérimentale*, Paris, Armand Colin, col. „U” (trad. rom., Mărășescu, I., *Psihologie socială experimentală*, Iași, Polirom, 1998).
- FISKE, S.T., TAYLOR, S.E. (1991), *Social Cognition*, New York, Londra, Paris, McGraw-Hill.

- HEWSTONE, M., STROEBE, W., STEPHENSON, G. (ed.) (1996), *Introduction to Social Psychology. A European Perspective*, Oxford, Blackwell.
- LEMAINE, G., LEMAINÉ, J.-M. (ed.) (1969), *Psychologie sociale et expérimentation*, Paris, Mouton.
- LEYENS, J.-PH., BEAUVOIS, J.-L. (1997), *L'Ère de la cognition*, Grenoble, PUG.
- LEYENS, J.-PH., YZERBYT, V., SCHADRON, G. (1996), *Stéréotypes et cognition sociale*, Bruxelles, Mardaga.
- MATALON, B. (1988), *Décrire, expliquer, prévoir*, Paris, Armand Colin, col. „U”.
- MILGRAM, S. (1974), *Soumission à l'autorité*, Paris, Calmann-Lévy.
- MOSCOVICI, S. (1979), *Psychologie des minorités actives*, Paris, PUF (ed. I).
- MOSCOVICI, S. (1996), *Psychologie des minorités actives*, Paris, PUF (ed. a II-a, col. „Quadrige”).
- MOSCOVICI, S. (1984), „Introduction”, in Moscovici, S. (ed.), *Psychologie*, Paris, PUF.
- MUGNY, G., OBERLÉ, D., BEAUVOIS, J.-L. (ed.) (1995), *Relations humaines, groupes et influence sociale*, Grenoble, PUG.
- ROBERT, M. (ed.) (1988), *Fondements et étapes de la recherche scientifique en psychologie*, St. Hyacinthe, Québec, Edisem, Paris, Maloine S.A.
- YZERBYT, V., SCHADRON, G. (1996), *Connaître et juger autrui*, Grenoble, PUG.

În căutarea surselor

- ALLEN, V.L., LEVINE, J.M. (1966), „Consensus and conformity”, in *Journal of Experimental Social Psychology*, 5, pp. 389-399.
- ALLEN, V.L., LEVINE, J.M. (1971), „Social support and conformity: The role of independent assessment of reality”, in *Journal of Experimental Social Psychology*, 7, pp. 48-58.
- ALLPORT, G.W. (1954), *The Nature of Prejudice*, Reading, Addison-Wesley.
- ALLPORT, F.H. (1962), „A structural-conceptual conception of behaviour individual and collective”, in *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 64, pp. 3-30.
- ANDERSON, N.H. (1981), *Foundations of Information Integration Theory*, New York, Academic Press.
- ASCH, S.E. (1940), „Studies in the principles of judgments and attitudes. Determination of judgments by group and by ego standards”, in *Journal of Social Psychology*, 12, pp. 433-445.

- ASCH, S.E. (1946), „Forming impressions of personality”; in *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, pp. 258-290.
- ASCH, S.E. (1956), „Studies of independence and conformity: A minority of one against an unanimous majority”, in *Psychological Monographs*, 70, p. 416.
- ASCH, S.E., ZUKIER, H. (1984), „Thinking about persons”, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, pp. 1230-1240.
- BARSALOU, L.W. (1985), „Ideals, central tendency, and frequency of instantiation as determinants of graded structure in categories”, in *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 11, pp. 629-654.
- BEAUVOIS, J.-L. (1984), *La Psychologie quotidienne*, Paris, PUF.
- BEAUVOIS, J.-L. (1990), „L'acceptabilité sociale et la connaissance évaluative”, in *Connexions*, 19, pp. 7-30.
- BEAUVOIS, J.-L. (1994), *Traité de la servitude libérale*, Paris, Dunod.
- BEAUVOIS, J.-L., DUBOIS, N. (1992), „Traits as evaluative categories”, in *Cahiers de psychologie cognitive*, 12, pp. 253-270.
- BERRY, J.W. (1967), „Independence and conformity in subsistence-level societies”, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 7, pp. 415-418.
- BRUNER, J.S., TAGIURI, R. (1954), „The perception of people”, in Lindzey, G. (ed.), *Handbook of Social Psychology*, vol. II, Reading, Addison-Wesley.
- BRUNSWICK, E. (1934), *Perception and the Representative Design of Psychological Experiment*, Berkeley, Los Angeles, University of California Press.
- CODOL, J.-P. (1987), „Comparability and incomparability between oneself and others: means of differentiation and comparison reference points”, in *Cahiers de psychologie cognitive/European Bulletin of Cognitive Psychology*, 7, pp. 87-105.
- CORNEILLE, O. (1997), „La catégorisation sociale”, in Leyens, J.-Ph., Beauvois, J.-L. (ed.), *L'Ère de la cognition*, Grenoble, PUG.
- CORNEILLE, O., LEYENS, J.-PH. (1994), „Catégories, catégorisation sociale et essentialisme psychologique”, in Bourhis, R., Leyens, J.-Ph. (ed.), *Stéréotypes, discrimination et relations intergroupes*, Bruxelles, Mardaga.
- DARLEY, J.M., GROSS, P.H. (1983), „A hypothesis-confirming bias in labeling effects”, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, pp. 20-33.

- DENHAERINCK, P., LEYENS, J.-Ph., YZERBYT, V. (1989), „The dilution effect and group membership: An instance of the pervasive impact of outgroup homogeneity”, in *European Journal of Social Psychology*, 19, pp. 243-250.
- DEUTSCH, M., GERARD, H.B. (1955), „A study of normative and informational social influences upon individual judgment”, in *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, pp. 629-636.
- DITTES, J., KELLEY, H. (1956), „Effects of different conditions of acceptance upon conformity to group norms”, in *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 53, pp. 100-107.
- DROZDA-SENKOWSKA, E., PERSONNAZ, B. (1988), „Rôle du contexte normatif sur l'effet de Pollyanne I: compétition et diminution du penchant positif dans les jugements d'autrui”, in *Revue Internationale de psychologie sociale*, 1, pp. 41-50.
- DROZDA-SENKOWSKA, E. (1996), „Psychologie sociale générale et expérimentale”, in Tapia, C. (ed.), *Introduction à la psychologie sociale*, Paris, Les Éditions d'Organisation.
- ELMS, A., MILGRAM, S. (1966), „Personality characteristics associated with obedience and defiance toward authoritative command”, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, pp. 282-289.
- FISKE, S.T., COX, M.G. (1979), „Person concepts: The effects of target familiarity and descriptive purpose on the process of describing others”, in *Journal of Personality*, 47, pp. 136-161.
- FISKE, S.T., NEUBERG, S.L. (1990), „A continuum of impression formation from category based to individuating processes: influence of information and motivation on attention and interpretation”, in Zanna, M. (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 23, New York, Academic Press.
- FLAMENT, C. (1958), „Influence sociale et perception”, in *L'année psychologique*, 58, pp. 377-400.
- GERARD, H.B., WILLHELMY, R.A., CONOLLEY, E.S. (1968), „Conformity and group size”, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 8, pp. 79-82.
- GUILFORD, J. (1936), *Psychometric Methods*, New York, McGraw-Hill.
- HAMILTON, D.L. (1981), „Cognitive representations of persons”, in Higgins, E.T., Herman, C., Zanna, M. (ed.), *Social Cognition: The Ontario Symposium*, 1, Hillsdale, Erlbaum.

- HAMPSON, S.E. (1982), „Person memory: a semantic category model of personality traits”, in *British Journal of Psychology*, 73, pp. 1-11.
- HAYE, A.-M. de la (1997), „Quelles sont les relations entre mémoire et jugement?”, in Leyens, J.-Ph., Beauvois, J.-L. (ed.), *L'Ère de la cognition*, Grenoble, PUG.
- HILTON, J.-L., FEIN, S. (1989), „Constructing other persons: A limit of the effect”, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, pp. 201-211.
- HOFFING, C.K., BROTZMAN, E., DALRYMPLE, S., GRAVES, N., PIERCE, C. (1966), „An experimental study of nurse-physician relations”, in *Journal of Nervous and Mental Diseases*, 143, pp. 171-180.
- JACOBS, R.C., CAMPBELL, D.T. (1961), „The perpetuation of an arbitrary tradition through several generations of a laboratory micro-culture”, in *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62, pp. 649-658.
- JONES, E.E., GERARD, H.B. (1967), *Foundations of Social Psychology*, New York, Wiley.
- KELMAN, H.C. (1958), „Compliance, identification and internalization: Three processes of attitude change”, in *Journal of Conflict Resolution*, 2, pp. 51-60.
- KILHAM, W., MANN, L. (1974), „Level of destructive obedience as a function of transmitter and executant roles in the Milgram obedience paradigm”, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 29, pp. 696-702.
- KRUGLANSKI, A. (1996), „Goals as knowledge structures”, in Gollwitzer, P.M., Bargh, J.A. (ed.), *The Psychology of Action: Linking Cognition and Motivation to Behavior*, New York, Guilford Publications.
- KRUGLANSKI, A., AJZEN, I. (1995), „Biais et erreur dans le jugement humain”, in Drozda-Senkowska, E. (ed.), *Irrationalités collectives*, Lausanne, Paris, Delachaux & Niestlé.
- KUNDA, Z., MILLER, D.T., CLAIRE, T. (1990), „Combining social concepts: the role of causal reasoning”, in *Cognitive Science*, 14, pp. 551-557.
- LABOURIN, M.-C., LECOURVOISIER, A. (1986), „Le rôle des traits centraux dans la formation d'une impression”, in *Cahiers de psychologie cognitive*, 6, pp. 95-102.
- LEEPER, R. (1935), „A study of a neglected portion of the field of learning. The development of sensory organisation”, in *Journal of Genetic Psychology*, 46, pp. 41-75.
- LEYENS, J.-Ph. (1983), *Sommes-nous tous des psychologues?*, Bruxelles, Mardaga.

- LEYENS, J.-PH., FISKE, S.T. (1994), „Impression formation: from recitals to symphonie fantastique”, in Devine, G., Hamilton, D.L., Ostrom, T.M. (ed.), *Social Cognition: Impact of Social Psychology*, New York, Academic Press.
- LIPMANN, W. (1922), *Public Opinion*, New York, Harcourt Brace.
- LORGE, I. (1936), „Prestige, suggestion and attitudes”, in *Journal of Social Psychology*, 7, pp. 386-402.
- MARKUS, H.R., KITAYAMA, S. (1991), „Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation”, in *Psychological Review*, 98, pp. 224-253.
- MEREI, F. (1949), „Group leadership and institutionalization”, in *Human Relations*, 2, pp. 23-39.
- MILGRAM, S. (1956), „Group pressure and action against a person”, in *Journal of Abnormal Social Psychology*, 25, pp. 115-129 (trad. fr. „Pression de groupe et action contre un individu”, in Faucheux, C., Moscovici, S. (ed.) (1971), *Psychologie sociale théorique et expérimentale*, Paris, Mouton, pp. 301-312).
- MONTMOLLIN, G. de (1965), „Influence des réponses d'autrui sur les jugements perceptifs”, in *L'Année Psychologique*, 65, pp. 376-395.
- MONTMOLLIN, G. de (1966), „Influence des réponses d'autrui et marges de vraisemblance”, in *Psychologie française*, 1, pp. 89-95.
- MOSCOVICI, S. (1985), „Innovation and minority influence”, in Moscovici, S., Mugny, G., Avermaet, E. van (ed.), *Perspectives on Minority Influence*, Cambridge, Cambridge University Press.
- MOSCOVICI, S., FAUCHEUX, C. (1972), „Social influence, conformity bias, and the study of active minorities”, in Berkowitz, L. (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. VI, New York, Londra, Academic Press.
- MOSCOVICI, S., LAGE, E., (1976), „Studies in social influence III: majority versus minority influence in a group”, in *European Journal of Social Psychology*, 6, pp. 149-174.
- MOSCOVICI, S., MUGNY, G. (ed.) (1987), *Psychologie de la conversion*, Cousset (Frobourg), Del Val.
- MOSCOVICI, S., PERSONNAZ, B. (1980), „Studies in social influence V: minority influence and conversion behavior in a perceptual task”, in *Journal of Experimental Social Psychology*, 16, pp. 270-282.

- MOSCOVICI, S., LAGE, E., NAFFRECHOUX, M. (1969), „Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task”, in *Sociometry*, 32, pp. 365-379.
- NAGEL, E. (1965), „Types of causal explanation in science”, in Lerner, D. (ed.), *Cause and Effect*, New York, Academic Press.
- NEWCOMB, T.M., TURNER, R.H., CONVERSE, P.E. (1970), *Manuel de psychologie sociale*, Paris, PUF.
- NISBETT, R.E., ZUKIER, H., LEMLEY, R.E. (1981), „The dilution effect: non-diagnostic information weakens the implications of diagnostic information”, in *Cognitive Psychology*, 13, pp. 248-277.
- OBERLÉ, D. (1996), „Est-ce que le groupe intéresse toujours les psychologues sociaux?”, in *Connexions*, 68, pp. 29-53.
- PARK, B. (1986), „A method for studying the development of impressions of real people”, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, pp. 907-917.
- PÉREZ, J.A., MUGNY, G. (ed.) (1993), *Influence sociale. La théorie de l'élaboration du conflit*, Neuchâtel, Delachaux & Niestlé.
- RIPS, L.J. (1989), „Similarity, typicality, and categorisation”, in Vosniadou, S., Ortony, A. (ed.), *Similarity and Analogical Reasoning*, New York, Cambridge University Press.
- ROSCH, E. (1978), „Principles of categorization”, in Rosch, E., Lloyd, B. (ed.), *Cognition and Categorisation*, Hillsdale, Erlbaum.
- SCHLENKER, B.R., FORSYTH, D.R. (1977), „On the ethics of psychological research”, in *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, pp. 369-396.
- SEARS, R.R. (1936), „Experimental studies of projection I. Attribution of traits”, in *Journal of Social Psychology*, 7, pp. 151-163.
- SEDIKIDES, C., SCHOPLER, J., INSKO, CH. (1998) (ed.), *Intergroup Cognition and Intergroup Behavior*, Mahwah, NJ, Londra, Lawrence Erlbaum Associates.
- SEMIN, G.R., FIEDLER, K. (1991a), „Introduction”, in Semin, G.R., Fiedler, K. (ed.), *Language, Social Interaction and Cognition*, Londra, Beverly Hills, Sage.
- SEMIN, G.R., FIEDLER, K. (1991b), „The inferential properties of interpersonal verbs”, in Semin, G.R., Fiedler, K. (ed.), *Language, Social Interaction and Cognition*, Londra, Beverly Hills, Sage.

- SHANAB, M.E., YAHYA, K.A. (1977), „A behavioral study of obedience in children”, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, pp. 530-536.
- SHERIF, M. (1936), *The Psychology of Social Norms*, New York, Harper & Row.
- SHERIF, M. (1965), „Influences du groupe sur la formation des normes et des attitudes”, in Levy, A. (ed.), *Psychologie sociale. Textes fondamentaux anglais et américains*, Paris, Dunod.
- SHWEDER, R.A. (1995), „Ressemblance et probabilité dans la pensée courante. La pensée magique dans les jugements sur la personnalité”, in Drozda-Senkowska, E. (ed.), *Irrationalités collectives*, Lausanne, Paris, Delachaux & Niestlé.
- SMITH, E.E., SLOMAN, S.A. (1994), „Similarity versus rule-based categorisation”, in *Memory & Cognition*, 22, pp. 377-386.
- TAJFEL, H. (1981), *Human Groups and Social Categories*, Cambridge, Cambridge University Press.
- THORNDIKE, E.L. (1920), „A constant error in psychological ratings”, in *Journal of Applied Psychology*, 4, pp. 25-29.
- TURNER, J.C. (1987), *Rediscovering the Social Group. A Self-Categorisation Theory*, Oxford, Blackwell.
- TVERSKY, A. (1977), „Features of similarity”, in *Psychological Review*, 84, pp. 327-352.
- WILDER, D.A. (1917), „Perception of group, seize of opposition, and social influence”, in *Journal of Experimental and Social Psychology*, 13, pp. 253-268.
- WYER, R.S. JR, LAMBERT, A.J. (1994), „The role of trait constructs in person perception: an historical perspective”, in Devine, P.G., Hamilton, D.L., Ostrom, T.M. (ed.), *Social Cognition: Its Impact on Social Psychology*, New York, Academic Press.
- YZERBYT, V., SCHADRON, G., LEYENS, J.-PH., ROCHER, S. (1994), „Social judgeability: the impact of meta-informational cues on the use of stereotypes”, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, pp. 48-55.

Index

A

- Abordare
 - funcționalistă, 84
 - genetică, 84
- Activitate inferențială, 103
- Acțiuni, 65
- Adeziune, 55
- Algebră cognitivă, 132
- Analogii, 36
- Ancorare, 137
- Anomie, 36
- Anonim, 58
- Atenție, 135
- Atitudini, 65, 120
- Autonomie, 64
- Autoritate, 64, 70
 - angajarea subiectului, 76
 - contestatarii autorității, 77
 - contractul cu autoritatea, 76
 - discordanța în sânul autorității, 76
 - prestigiul autorității, 75
 - proximitatea autorității, 75
 - raporturile cu autoritatea, 75

B

- Bias, 126

C

- Calități supraindividuale, 41
- Caracterul secvențial al formării impresiilor, 133

Caracteristici

- contradictorii, 156
 - demografice, 120
 - fizice, 120
- Categorie, 150
- arbitrară, 163
 - artificială, 154
 - de apartenență, 133
 - incompatibilă, 159
 - naturală, 154
- Categorizare, 150
- Cauze, 13
- concurrente, 17
- Chestionar postexperimental, 94
- Cod perceptiv, 96
- Cogniție socială, 103
- Comparație, 150
- Complezență, 58
- Complici ai experimentatorului, 44
- Comportamente, 65, 120
- Concepte, 126
- Condiție
 - martor, 54
 - necesară, 18
 - suficientă, 18
 - suficientă și necesară, 18
- Conflict
 - cognitiv, 54
 - motivațional, 54
- Conformism, 34, 49
- de suprafață, 58
 - inițial, 88

- comportamental, 65
verbal, 65
Conformiști, 70
Conotație
negativă, 111
pozitivă, 111
Consens, 57
Consistență comportamentală, 86
Constanța succesiunii, 14
Construirea categoriilor, 152
Contact vizual, 74
Control, 24
experimental, 24
Convergență, 38
spre un răspuns original, 41
spre răspunsul mediu, 40
spre răspunsul unui anumit individ, 41
Conversiune, 98
Coocurență, 16
Credințe, 121
Cunoaștere, 103
descriptivă, 121
evaluativă, 121
socială, 103
Curent cognitivist, 103
- D**
Debriefing, 29
Declarații verbale, 65
Deontologie, 80
Descriere, 121
Diferențe culturale, 61
Dilemă, 66
Dimensiunea majorității, 56
Discordanță, 60
Distanța față de victimă, 73
contact, 73
maximă, 73
- medie, 73
proximitate, 73
Doriința de identificare, 59
Două tipuri de influență, 54
Dubiu, 54
- E**
Efect, 13
Asch, 48
autocinetic, 37
de halo, 127
de indulgență, 127
de primaritate, 137
de recență, 137
Eliminarea incertitudinii, 43
Empiric, 13
Entități sociale, 33
Eroare logică, 127
Evaluare, 9, 121
Evitarea conflictului, 43
Experiment, 12
grup-martor, 50
„creion-hârtie”, 113
Experimentare, 12, 22, 25
istoricul experimentării, 26
Exprimarea impresiilor, 142
- F**
Factori, 24, 28
controlați, 24, 28
liberi, 24, 28
Fapte, 126
Feed-back, 73
vocal, 73
Formarea impresiilor, 110
Forme
bune, 42
rele, 42

- G**
Gândire socială, 105
Gestalt, 42
Gradul de incluziune a categoriilor, 151
Grup, 41, 44, 48, 50, 163
de apartenență, 85
capacitatea grupului, 44
de control, 50
dezaprobarea grupului, 58
respingerea grupului, 56
unanim, 48
- I**
Idei preconcepute, 145
Identificare, 58
Iluzia de a fi informat, 143
Imagine consecutivă, 98
Importanța numerică a majorității, 56
Impresie, 108
Inconsistență
diacronică, 94
sincronică, 94
Independenți, 70
Indicarea culorilor, 93
Indicatori
comportamentali, 66
ai reacțiilor, 66
verbali, 66
Individualism, 61
Influență
indirectă, 95
informațională, 54
normativă, 54
socială, 33
Informație
categorială, 133
diagnostică, 141
incoerentă, 136
individualizantă, 133
pertinentă, 145
pseudopertinentă, 145
salientă, 141
Informație individualizantă
ambiguă, 138
nonambiguă, 137
nonpertinentă, 139, 145
pseudopertinentă, 146
Inovator, 85
Inovație, 34, 84
Intensitatea șocului, 67
Interacțiune minimă, 44
Interiorizare, 59
Intervenție, 23
experimentală, 23
Introspecție, 13
Ipoteze concurente, 17
- Î**
Încredere, 55
- J**
Judecabilitate, 142
Judecată, 51, 108
- L**
Legătură causală, 13
condiționarea legăturii cauzale, 14
testarea legăturii cauzale, 15
Legitimarea categorizării, 162
Lider, 85
- M**
Majoritate, 34
calitativă, 48
numerică, 48
Marjă de variație, 39

Material experimental, 28
 Medie, 131
 Meta-informație, 142
 Meta-teorie naivă, 128
 Minoritate, 34
 Modelul continuumului, 133
 cu ponderare, 132
 fără ponderare, 131
 Modelul sumei, 131
 Motivație, 135

N

Negociere, 43
 Nesupunere, 74
 Nevoia
 de a avea o opinie „corectă”, 55
 de a fi acceptat, 55
 de închidere cognitivă, 136
 Nivel de bază, 151
 subordonat, 151
 supraordonat, 151
 Nivel de funcționare, 57
 privat, 57
 public, 57
 Normalizare, 37
 Normă, 36, 40
 colectivă, 40
 explicită, 92
 implicită, 88
 individuală, 40

O

Obediență, 48, 64
 Obiect, 33
 non-ambiguu, 51
 Observator, 78, 108
 Observație, 24
 experimentală, 24
 Operaționalizare, 28

Ordine
 a prezentării, 113
 temporală, 17
 Organizare
 a categoriilor, 151
 perceptivă, 42

P

Paradigme experimentale, 48
 Perceperea
 obiectelor, 107, 110
 persoanelor, 107
 victimii, 74
 Percepția socială, 105
 Plan (schemă) experimental, 28
 Pragul percepției, 97
 Preferințe perceptivă, 87
 Presiune
 directă, 48
 explicită, 48
 implicită, 48
 a grupului, 68
 indirectă, 48
 Prestigiu, 49
 Prezentarea persoanei-țintă, 118
 Primatul
 „faptelor”, 129
 „teoriilor”, 126
 Primele informații, 110, 141
 Principiu
 fundamental al categorizării, 150
 moral, 66
 similitudinii, 151
 Procedură experimentală, 28
 Procent de conformism, 56
 Procent de obediență, 73
 Proces
 de conformism, 48
 de influență mutuală, 46

de normalizare, 36
 de socializare, 61
 Procese intra-individuale, 43
 Proprietăți lingvistice ale trăsăturilor, 122
 Psihologie gestaltistă, 42
 Putere de influență, 60

R

Randomizare, 24
 Raport social, 104
 Raționament causal, 160
 Răspunsuri
 conformiste, 52
 private, 58
 publice, 58
 Reacție, 27
 Realitate
 obiectivă, 105
 subiectivă, 105
 Relații
 interindividuale, 43
 sociale, 33
 Reorganizare cognitivă, 49
 Repere, 36
 Reprezentare coerentă, 109
 Respectarea tendinței centrale, 43
 Respingerea grupului, 58
 Rolul
 activ al observatorului, 108
 teoriilor explicative în categorizare, 155

S

Sarcină de ascultare în paralel, 143
 Scala autoritarismului, 80
 de referință, 40
 Schema, 20
 unicei asemănări, 20

unicei diferențe, 20
 Scheme de eliminare, 17
 Schimbare
 latentă, 96
 a părților unui întreg, 48
 a rolurilor, 78
 socială, 84
 a totalității, 48
 Scop de exactitate, 135
 Scop direcțional, 136
 Simț comun, 13
 Situație
 „nouă”, 36
 obiectiv nedefinită, 37
 Stare agentică, 64
 Stereotip, 135
 Structurare, 42
 Suport social, 57
 Sursă de influență, 53
 majoritară, 53

Ș

Șoc electric, 67
 maxim, 73
 mediu, 73

T

Teama de invalidare, 136
 Teorie
 implicită (naivă) a personalității, 126
 naivă, 128
 naivă esențialistă, 163
 Testul de percepție Farnsworth, 97
 Tipuri de distorsiuni
 de acțiune, 53
 de judecată, 53
 de percepție, 53
 Transmitere socială, 44

Trăsătură, 127

antonime, 111

caracteristică, 111

centrală, 115, 141

de personalitate, 118

frecvența unei trăsături, 127

legătura dintre trăsături, 127

variabilitatea unei trăsături, 127

T

Țintă de influență, 33

U

Unanimitate, 56

absența unanimității, 56

V

Valoare diagnostică, 139

Variabilă

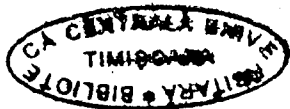
controlată, 28

dependentă, 27

independentă (factor experimental), 27

invocată, 27

provocată, 27



Collegium. Psihologie

au apărut:

Adrian Neculau (coord.) - *Psihologie socială. Aspecte contemporane*Andrei Cosmovici - *Psihologie generală*W. Doise, J.-C. Deschamps, G. Mugny - *Psihologie socială experimentală*Adrian Neculau, Gilles Ferréol (coord.) - *Minoritari, marginali, excluși*Constantin Cucuș - *Minciună, contrafacere, simulare. O abordare psihopedagogică*Mielu Zlate (coord.) - *Psihologia vieții cotidiene*R. Y. Bourhis, J.-P. Leyens (coord.) - *Stereotipuri, discriminare și relații intergrupuri*Serge Moscovici - *Psihologia socială sau mașina de fabricat zei*Adrian Neculau (coord.) - *Câmpul universitar și actorii săi*Adrian Neculau (coord.) - *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*J. Barus-Michel, F. Giust-Desprairies, Luc Ridet - *Crize. Abordare psihosocială clinică*Andrei Cosmovici, Luminița Iacob (coord.) - *Psihologie școlară*Șerban Ionescu - *Paisprezece abordări în psihopatologie*Serge Moscovici (coord.) - *Psihologia socială a relațiilor cu celălalt*Willem Doise, Gabriel Mugny - *Psihologie socială și dezvoltare cognitivă*Ana Stoica-Constantin, Adrian Neculau (coord.) - *Psihosociologia rezolvării conflictului*André Sirota - *Conduite perverse în grup*Adrian Neculau, G. Ferréol (coord.) - *Psihosociologia schimbării*Mircea Miclea - *Psihologie cognitivă. Modele teoretico-experimentale*Mielu Zlate - *Psihologia mecanismelor cognitive*Gilles Ferréol (coord.) - *Identitatea, cetățenia și legăturile sociale*Mielu Zlate - *Introducere în psihologie*Ion Dafinoiu - *Elemente de psihoterapie integrativă*Eva Drozda-Senkowska - *Psihologia socială experimentală*

în pregătire:

Cornel Havârneanu - *Cunoașterea psihologică a persoanei.**Posibilități de utilizare a computerului în psihologia aplicată*Adrian Neculau, Pierre De Visscher (coord.) - *Dinamica grupurilor. Texte de bază*