

POLARIZAREA DE GRUP

Concepția simțului comun asupra influenței de grup are la bază ideea că interacțiunea de grup dă naștere compromisului. După o discuție intensă, la care au participat mai mulți indivizi cu opinii diferite, este probabil ca fiecare să fi cedat mai mult sau mai puțin și ca fiecare să se afle mult mai aproape de medie decât înaintea discuției. În fond, concepția aceasta din cunoașterea comună este similară concluziilor lui Sherif din 1935. Aplicată în domeniul deciziilor care comportă un anumit grad de risc, ea conduce la presupunerea că grupurile sunt reținute și prudente (regresia către medie îi astîmpără pe cei prea curajoși), iar indivizii sunt relativ dispuși să riște.

Trebuie spus însă că problema aceasta, a luării deciziei în grup cu privire la chestiuni riscante, este una din cele care a dat prilejul psihologiei sociale să contrazică simțul comun. Într-adevăr, în ciuda intuițiilor naive ale fiecăruia din noi, psihologii sociali au demonstrat că grupurile sunt mai puțin conservatoare în deciziile pe care le iau decât indivizii.

1. Deciziile riscante ale grupului

Câmpul acesta de cercetare - luarea deciziei de grup - a fost inaugurat de James Stoner în 1961. La vremea aceea, Stoner își făcea teza de masterat. El a comparat luarea deciziei în situații care implicau riscuri de către indivizi și de către grupuri. În vederea acestei comparații, Stoner a folosit dileme decizionale: subiectului individual ori membrilor grupului li se prezenta un scenariu în care evolua un personaj și li se cerea să dea un sfat personajului respectiv în privința alegerii pe care urma să o facă. Iată una din dilemele utilizate de psihologul social american:

“Helen este o scriitoare despre care se spune că are un talent deosebit, dar care pînă acum n-a făcut decât să-și asigure un trai confortabil, scriind western-uri pentru studiouri nu tocmai prestigioase. De curînd, un cunoscut critic i-a propus să încerce să publice un roman serios. Dacă Helen ar izbuti să se apuce de lucru (are cîteva idei grozave), s-ar putea ca volumul ei să fie unul de mare succes, care să-i schimbe cu totul cariera. Pe de altă parte, dacă romanul nu va fi apreciat de critică, va pierde mai bine de un an și jumătate fără să cîștige nici un ban.

Ștefan Boncu – Psihologie socială

Cursul 13

Imaginați-vă că sunteți puși în situația de a-i da un sfat Helenei. Alegeți cea mai slabă probabilitate pe care a-ți considera-o acceptabilă pentru ca Helen să încerce să scrie romanul.

Helen ar trebui să înceapă lucrul la roman dacă șansele ca acesta să fie un succes sunt de cel puțin: a. 1 din 10; b. 2 din 10; c. 3 din 10; d. 4 din 10; e. 5 din 10; f. 6 din 10; g. 7 din 10; h. 8 din 10; i. 9 din 10; j. 10 din 10. “

După ce alegeau varianta cea mai convenabilă din punctul lor de vedere în 12 astfel de dileme, subiecții discutau aceleași dileme în grupuri de cinci și luau din nou o decizie, de data aceasta colectivă.

Experimentele acestea simple ale lui Stoner au uimit comunitatea științifică de psihologie socială. Contrar tuturor previziunilor, Stoner a constatat că grupurile iau decizii mai riscante decât indivizii izolați. Astfel, s-a ajuns ca psihologia socială să-și asume cercetarea acestei teme incitante. Schimbarea riscantă (risky shift) a fost definită ca tendința discuțiilor de grup de a produce decizii de grup mai riscante decât media opiniilor membrilor din faza de pre-discuție. În deceniul al 7-lea s-au efectuat multe experimente care au confirmat concluziile lui Stoner. Fenomenul schimbării riscante apărea în mod constant, dar câțiva ani psihologii sociali nu au putut formula explicații plauzibile. Cele două explicații credibile făceau apel la ideea de difuziune a responsabilității (în grup, responsabilitatea pentru eventualul eșec din cauza deciziei riscante se împarte) sau la ideea riscului ca valoare socială (indivizii dispuși să riște se bucură de mai mult prestigiu decât cei prudenți). Miza era foarte mare pentru psihologia socială, căci grupuri de discuție în care poate apărea schimbarea spre risc sunt, de exemplu, consiliile de administrație ale firmelor industriale și ale băncilor, juriile din procesele americane, consiliile de apărare ale statelor, etc.

Treptat, cercetătorii și-au dat seama că tendința grupurilor de a lua decizii riscante nu apare întotdeauna. Mai mult, au fost scoase la iveală situații în care grupurile au făcut alegeri mai prudente decât indivizii. Astfel, psihologii sociali au realizat că acest fenomen de grup nu este, așa cum s-a crezut la început, o schimbare consistentă către opinii mai riscante, ci mai curând o calitate a discuțiilor de grup de a întări opiniile inițiale ale membrilor. În 1969, într-un articol fundamental, Serge Moscovici și Marisa Zavalloni au propus termenul de *polarizare de grup* pentru tendința discuțiilor de grup de a produce decizii de grup mai extreme în raport cu media

Cursul 13

opiniilor membrilor din faza de pre-discuție, în direcția favorizată de medie. Riscul în grupuri devenea astfel un caz particular al polarizării de grup.

2. Capacitatea grupurilor de a intensifica opiniile

Ideea polarizării de grup este simplă: grupurile au calitatea de a face mai extreme ori de a intensifica opiniile membrilor în direcția în care ele înclinau deja înaintea discuției de grup. Polarizarea nu semnifică nicidecum că discuția de grup ar împărți membrii în două tabere. Ea corespunde grupării opiniilor la un pol (la o extremă), și anume la polul spre care opiniile membrilor tindeau în faza de pre-interacțiune. De exemplu, o discuție între câteva feministe are darul de a intensifica atitudinile feministe ale participantelor - ele aveau atitudini moderate înainte de schimbul de opinii, iar în timpul discuției acestea vor fi întărite.

Două experimente au meritul de a fi lămurit lucrurile. Moscovici și Zavalloni (1969) au măsurat opiniile unor studenți francezi față de Charles de Gaulle și au constatat că acestea erau pozitive. Ei au cerut subiecților, în faza următoare a experimentului, să discute 15 minute despre de Gaulle și apoi le-au măsurat din nou atitudinile. Rezultatele au arătat că discuția de grup a făcut ca subiecții să aibă atitudini și mai favorabile față de fostul președinte al Franței. Pe de altă parte, utilizând aceeași subiecți, Moscovici și Zavalloni au luat o măsură a atitudinii lor față de americani în condiție individuală, i-au pus să discute despre americani între ei și apoi au cules din nou opiniile. În privința acestei atitudini, discuția de grup a avut un efect de sens contrar: dacă în faza de pre-interacțiune subiecții avuseseră o atitudine negativă, în faza post-interacțiune, ei declarau atitudini și mai negative. Astfel, autorii au probat că grupurile determină intensificări ale atitudinilor în funcție de orientarea lor inițială: pe cele favorabile le face și mai favorabile, iar pe cele negative, și mai negative. Remarcăm că în acest experiment se vorbește de atitudini și nu de opinii și că variabila dependentă s-a schimbat: subiecților nu li se mai cere să se pună de acord în privința unei alegeri, ci se măsoară atitudinea individuală după faza de discuție de grup.

Myers și Bishop (1970) au repetat aproximativ designul descris anterior. Acești cercetători au selecționat, pe baza unor chestionare, subiecți rasiști și subiecți non-rasiști și au format grupuri de discuție după criteriul prezenței sau absenței prejudecăților: pe cei rasiști i-au pus să stea de vorbă între ei despre negri, iar pe cei non-rasiști, la fel. Autorii au observat astfel că discuțiile de grup au mărit diferența de atitudine dintre cele două categorii de subiecți: în urma

Cursul 13

discuțiilor, rasiștii au devenit mai rasiști, iar non-rasiști și mai puțin înclinați să-i acuze pe negri. Așadar, interacțiunile între indivizii cu atitudini apropiate au darul de a întări aceste atitudini, adică de a le face să fie mai apropiate de extrema spre care înclinau înainte.

Evident, plarizarea atitudinilor se produce foarte frecvent și în viața cotidiană. Oamenii își formează grupuri de prieteni care au aceleași atitudini ca și ei. Această asociere întărește atitudinile împărtășite de membri.

Revenind la fenomenul schimbării riscante, el este un caz de polarizare întrucât grupul ia decizia riscantă în funcție de atitudinile anterioare ale membrilor, care aveau deja tendința de a risca în chestiunea respectivă. Discuția de grup amplifică tendința anterioară spre risc a membrilor. Dacă la început, în faza de pre-interacțiune, membrii sunt mai degrabă înclinați spre prudență, discuția de grup va polariza atitudinea în direcția prudenței: după interacțiune membrii vor fi mai prudenți decât înainte.

3. Explicații ale fenomenului de polarizare

În cei 30 de ani de cercetări asupra polarizării au apărut multe teorii. În mare, ele pot fi incluse în două grupuri: teorii ce pun accentul pe influența informațională și teorii în care accentul cade pe influența normativă.

a. Teoria argumentelor persuasive

În privința proceselor de influență informațională, multe cercetări au încercat să stabilească felul în care procesarea informației relevante poate afecta polarizarea de grup. Cea mai sofisticată teorie construită din această perspectivă este teoria argumentelor persuasive (TAP), propusă și ameliorată de-a lungul unui deceniu de Amiram Vinokur și Eugene Burnstein. Potrivit acestor cercetători americani, poziția unui individ într-o anumită chestiune este determinată de numărul și capacitatea persuasivă a argumentelor pro și contra pe care el le actualizează din memorie atunci când își formulează poziția. De pildă, apreciind vinovăția ori inocența unui acuzat, jurații dintr-un proces american își fundamentează decizia lor dinaintea deliberării pe argumentele puține ori numeroase care există și pe forța acestora. Discuția finală de juriu va determina schimbarea poziției unui jurat într-o anumită direcție în măsura în care în discuție se vehiculează argumente persuasive în favoarea acelei direcții.

Cursul 13

Întrucît noțiunea de capacitate persuasivă este fundamentală pentru TAP, Burnstein și Vinokur au realizat cîteva studii pentru a determina caracteristicile care fac ca un argument să fie persuasiv. Ei au stabilit doi factori principali ce determină capacitatea persuasivă a unui argument: validitatea și noutatea. Validitatea percepută a unui argument se referă la valoarea lui de adevăr, la calitatea unui argument de a se integra în concepțiile anterioare ale persoanei, precum și la calitatea lui de a decurge logic din faptele și ideile general acceptate. Pe de altă parte, noutatea percepută a unui argument se referă la calitatea lui de a organiza informația într-un mod inedit, la faptul că sugerează idei noi și la faptul că îngăduie un acces mai bun al individului la informația suplimentară stocată în memorie. Argumentele noi au, potrivit celor doi autori americani, mai multă putere de persuasiune. Alături de validitate, noutatea determină măsura în care un argument cauzează schimbarea poziției unui individ.

Potrivit teoriei argumentelor persuasive, într-o discuție de grup, indivizii fac publice argumentele pe care se bazează poziția lor. Dacă grupul conține indivizi cu opinii similare, atunci este probabil că fiecare individ va auzi, pe lîngă argumentele familiare, cîteva argumente noi în favoarea poziției sale. În consecință, poziția fiecăruia se va întări, iar poziția grupului ca întreg se va polariza - deci va deveni mai extremă. De pildă un individ care se pronunță în general în favoarea pedepsei cu moartea, va auzi argumente noi în favoarea poziției sale dacă va participa la o discuție cu alți partizani ai acestei idei și va ajunge în felul acesta să-și întărească convingerea. Pe de altă parte, și el va oferi altora din grup argumente pe care aceștia nu le cunoșteau, încît, putem aprecia că discuția de grup va reprezenta pentru toți participanții un prilej nu numai de confirmare, dar de consolidare a opiniei lor.

b. Compararea socială

Teoriile care explică polarizarea prin intermediul influenței normative mai degrabă decît prin influența informațională, fac apel la cadrul teoretic generos care este teoria comparării sociale. Potrivit acestei perspective, indivizii sunt motivați să se perceapă și să se prezinte pe ei înșiși într-o lumină favorabilă. Pentru a reuși acest lucru, indivizii trebuie să observe cum se prezintă ceilalți și să-și ajusteze în consecință auto-prezentarea. Unele variante ale teoriei comparării sociale arată că mulți indivizi au dorința de a fi percepuți ca fiind mai buni decît media celorlalți. Discuția de grup indică modele de comportament dezirabile social și astfel indivizii își schimbă poziția în direcția grupului pentru a câștiga aprobare și pentru a eluda

Ștefan Boncu – Psihologie socială

Cursul 13

dezaprobarea. De exemplu, un individ care se pronunță în favoarea pedepsei cu moartea, aflat într-un grup care înclină, de asemenea, să susțină pedeapsa capitală, va aunge la concluzia (nu neapărat validă) că această atitudine este valorizată social. Dezirabilitatea socială a susținerii pedepsei capitale va determina membrii grupului să devină mai extremiști în partizanatul lor.

Apărătorii explicației bazate pe compararea socială au făcut experimente în care subiectul era expus poziției altora, fără să fie expus la argumentele lor. În viața de zi cu zi, aceasta se întâmplă, de exemplu, atunci când citim în ziar rezultatele unui sondaj de opinie. S-a demonstrat că indivizii au tendința de a-și ajusta răspunsurile pentru a menține o poziție valorizată social chiar și în situația în care află pozițiile altora. Așadar, polarizarea este posibilă și în lipsa discuției. Este adevărat că polarizarea rezultată din simpla comparare socială este mai puțin intensă decât cea care se produce în timpul unei discuții. Totuși, e surprinzător că indivizii nu numai că se conformează normei de grup, dar chiar o depășesc, tinzând să adopte o poziție mai extremă.

*

Fiecare din cele două mari explicații asupra polarizării este susținută cu date experimentale. Există chiar experimente care confirmă una și o infirmă pe cealaltă. Dar nu se poate susține că una din explicații ar avea un avantaj empiric asupra celeilalte. Cei mai mulți psihologi sociali cred că ambele sunt corecte - fiecare explică polarizarea în circumstanțe diferite.