

## CONCEPTE-CHEIE

### I.

**Psihologie socială** – domeniu al cunoașterii socio-umanului, preocupat de interacțiunea dintre psihologic și social și de efectele acestei interacțiuni la nivel individual, interpersonal și grupal.

**Procese și fenomene psihosociale** – realități ce rezultă în urma interacțiunii factorilor psihologici și sociali și care nu se reduc la simpla adăugare a acestora, ci contează pe un efect de emergență. Exemple: influența socială, facilitarea socială, manipularea, zvonurile, reprezentările sociale etc.

**Grilă de lectură ternară** – un mod de a analiza realitatea, mod specific al psihologiei sociale, care adaugă schemei inițiale: *subiect – obiect*, un nou termen: pe *alter*.

**Psihosociologie** – termen de inspirație franceză pentru psihologia socială (acesta din urmă venind pe filiera anglo-saxonă).

### III.

**Statut** – ansamblul comportamentelor la care ne putem aștepta, în mod legitim, din partea celorlalți.

**Rol** – reprezintă ansamblul comportamentelor pe care alții le așteaptă de la noi, în mod legitim.

**Conflict intrarol** – conflicte determinate de prescripții incompatibile în cadrul aceluiași rol

**Conflict interrol** – conflicte determinate de prescripțiile incompatibile a două sau mai multe roluri diferite

**Subproces de rol** sunt subproces de factură cognitivă și afectiv atitudinală ce se interpun între prescripțiile rolului și modul de realizare a acestuia în comportament.

**Nivel de aspirație** – nivelul performanței viitoare într-o sarcină familiară pe care individul încearcă să o atingă explicit, cunoscând nivelul performanței anterioare în acea sarcină.

### IV.

**Conceptul de sine** – componenta cognitivă a sinelui, reprezintă totalitatea informațiilor, atitudinilor și credințelor pe care le are o persoană despre sine.

**Stima de sine** – componenta afectivă a sinelui, reprezentând aprecierile pozitive și negative pe care oamenii le atașează propriului eu.

**Prezentarea sinelui** – componenta comportamentală, modul în care ne facem cunoscuți celorlalți.

**Conștiința de sine** (*self awareness*) indică starea psihică în care selful este obiect al propriei atenții.

**Discrepanțele sinelui** (*self – discrepancies*) reprezintă nepotriviri între diferite stări ale sinelui (de exemplu, între selful selful ideal și selful dorit).

## V.

**Teoria atribuirii** – teorie care încearcă să dea seama de modul în care omul obișnuit își explică evenimentele al căror actor sau observator este.

**Inferență** – procedeu mental prin care individul ajunge la concluzia că dintre mai multe posibile cauze ale unui comportament, una anume este răspunzătoare de producerea acestuia. În urma procedurii inferențial ajungem să dăm sens, să atribuim o cauză comportamentului altei persoane, sau chiar propriului comportament (vorbim deci, atât despre heteroatribuire, cât și despre autoatribuire).

**Atribuire internă** – este astfel atunci când considerăm că individul a fost determinat din interior (de dispozițiile, de trăsăturile sale) să realizeze un anumit comportament.

**Atribuire externă** – atunci când considerăm că un comportament al actorului este determinat din exterior, de către situație.

**Eroare fundamentală de atribuire** – tendința de a supraestima în explicarea comportamentului unei persoane factorii interni, dispoziționali, în defavoarea celor externi, situaționali.

## VI.

**Atitudine** – un sistem de evaluări pozitive și negative de durată, stări emoționale și tendințe către acțiuni pro sau contra în legătură cu un subiect social.

**Disonanță cognitivă** – stare neplăcută resimțită de indivizi atunci când două cogniții ale lor în privința unui aspect anume al realității se află în conflict.

**Persuasiune** – schimbarea de atitudini care rezultă din expunerea la informații primite de la alții.

## VII.

**Relații interpersonale** – uniunea psihică bazată pe o legătură inversă sau feed-back dezvoltat și implicând minimum două persoane.

**Testul sociometric** – este considerat instrumentul principal și punct de plecare în cunoașterea diferitelor aspecte ale interacțiunii în grupuri. Moreno îl definea ca un instrument care examinează structurile sociale prin măsurarea atracțiilor și repulsiilor care au loc între indivizii unui grup.

**Acomodarea cu partenerul** – se referă la un proces de adaptare sau ajustare mutuală a actorilor sociali aflați într-un proces de interacțiune.

**Asimilarea** – un proces de fuziune, de transfer mutual al unor credințe, idei, mentalități etc. între actorii sociali; constituie etapa superioară a acomodării și apare ca urmare a acțiunii îndelungate a acesteia.

**Alienarea** – este procesul opus asimilării. Presupune că un actor social oarecare se îndepărtează, se înstrăinează de celălalt, ca expresie a unor relații dizarmonice.

**Stratificarea** – ca urmare a interacțiunii de durată, în procesul relaționării lor reciproce actorii sociali dobândesc anumite statute și roluri, care permit astfel o ierarhizare a partenerilor într-un mod oarecare.

**Anxietatea socială** – teamă de situații sociale, incluzând sentimente de disconfort trăite în preajma altora. Adesea este acompaniată de timiditate, stânjenală, inhibiție și tendința de a evita situațiile de interacțiune.

## VIII.

**Comportament prosocial** – comportamentul orientat spre ajutorarea, protejarea, sprijinirea altor persoane, fără a aștepta o recompensă externă.

**Efectul de martor** – arată că cu cât mai mulți martori există la un eveniment cu atât mai puțin probabil este să intervină cineva.

**Altruismul participativ** – este caracteristic societăților extrem de bine articulate și integrate, în care cooperarea este intensă și permanentă. Este vorba despre un angajament fără rezerve al fiecărui membru în vederea supraviețuirii ansamblului social.

**Altruismul fiduciar** – actele altruiste destinate susținerii unei relații între persoane și reducerii distanței dintre ele

**Altruismul normativ** – actele altruiste în care intervine, ca un al treilea actor, norma societății sau a culturii în interiorul căreia se petrece interacțiunea.

## IX.

**Agresivitatea** – formă a comportamentului ofensiv care se consuește în plan verbal sau acțional constituind reacția individului la o opoziție reală ori numai imaginară a celorlalți.

**Potențial de receptivitate victimală** – gradul de vulnerabilitate victimală a unui individ, dependent de o multitudine de factori ce țin atât de tipul morfologic, de comportament și de personalitate.

**Comportament agresiv ritualizat** – la animale, instinctul agresiv este dublat de unul ce inhibă distrugerea totală a adversarului, contribuind astfel la controlul agresivității.

**Frustrarea** – stare afectivă negativă provocată de privarea individului de bunurile sau drepturile cuvenite, precum și de apariția neașteptată a unor obstacole reale sau imaginare în calea atingerii scopurilor, aspirațiilor și dorințelor.

**Ipoteza catharsisului** – afirmă că pornirea oamenilor de a se comporta agresiv față de semenii lor poate fi satisfăcută prin acțiuni substitutive.

## X.

**Grup** – o noțiune fundamentală în sistemul de categorii al psihologiei sociale, desemnând o pluralitate de persoane într-un anume fel combinate între ele prin legături integrative de tip normativ, comunicativ, afectiv, funcțional.

**Grup social mic** – categorie de grup social caracterizată prin: existența unui anumit număr de persoane – (2-30) – existența unui scop comun către care sunt orientate eforturile membrilor grupului, a unei rețele de status – roluri într-un anume fel îmbinate și aflate în interacțiune, a unui sistem de norme și valori recunoscute și acceptate de membri și care le reglează conduita în conformitate cu grupul.

**Grup de apartenență** – grupul din care individul face efectiv parte.

**Grup de referință** – grupul la ale cărui norme și valori aspiră, căruia dorește să i se alăture.

**Grup formal** – grup a cărui existență este reglementată de un sistem de norme și valori, grup instituționalizat.

**Coeziunea grupului** – proprietate a grupului însemnând îmbinarea elementelor grupului într-un tot unitar.

**Dinamica grupului** – ansamblul de forțe care acționează în interiorul unui grup.

## XI.

**Normalizare** – proces întâlnit în viața grupului, constând în faptul că fiecare membru participă, printr-un sistem de concesi reciproc, la formarea normei de grup.

**Conformism** – conduita de supunere și urmare a prescripțiilor nor-mei de grup.

**Influență normativă** – influența este astfel atunci când ceea ce urmărim este a fi la fel cu ceilalți, a nu apărea ca deviant.

**Influență informațională** – influența este astfel atunci când considerăm informația venită de la altcineva ca o dovadă de adevăr.

**Obediență** – conduită de ascultare și supunere față de autoritate.

**Manipulare** – influențarea indivizilor în vederea obținerii unor atitudini sau comportamente dorite, fără ca aceștia să conștientizeze intențiile manipulatorului.

## XII.

**Facilitare socială** – efect descoperit în viața de grup care se referă la creșterea activismului individului în prezența celorlalți.

**Lene socială** – presupune reducerea efortului individual ca urmare a creșterii numerice a grupului.

**Structura de comunicare** – configurația funcționării reale, modul în care se distribuie mesajele, fluxul comunicării pe diferite canale ale rețelei.

**Efect groupthink** – un mod de gândire al grupului în cadrul căruia este mai importantă menținerea coezivității și solidarității de grup decât considerarea faptelor într-o manieră realistă.

**Efect de polarizare** – tendința grupurilor de a adopta decizii, de a-și asuma poziții mult exagerate sau extreme comparativ cu pozițiile inițial mult mai moderate ale membrilor lor.

## XIII.

**Conducere** – influență interpersonală, orientată către atingerea obiectivelor organizației.

**Liderii centrați pe producție** – stabilesc standarde înalte de performanță și au grijă ca ele să fie atinse, organizează sarcinile cu atenție și indică metodele de lucru, monitorizând îndeaproape activitatea membrilor echipei.

**Liderii centrați pe oameni** – încurajează participarea angajaților la stabilirea obiectivelor și la alte decizii de grup, consolidându-le încrederea și respectul reciproc.

**Teoriile contingenței** (situaționale) adaugă un nou element analizei modului de conducere – **contextul**, situația în care este exercitată conducerea.

**Stil de conducere** – o modalitate constantă a liderului de a se raporta la sarcină și la oameni.

#### XIV.

**Grup mare** – grup secundar, cu dimensiuni crescute (peste 30 de persoane) înăuntrul căruia, datorită slăbirii contactelor directe, interpersonale se amplifică din ce în ce mai mult elementele de viață formală, instituționalizată.

**Fenomen de masă** – conduita socială similară din partea unui număr mare de indivizi, conduită tranzitorie sau ciclică după natura ei și care rezultă din niște mecanisme interacționale specifice.

**Zvonurile** – știri improvizate, rezultând în urma unui proces de deliberare colectivă, cu mecanism de transmitere oral sau prin mass-media.

**Moda** – conduita socială comună sau similară din partea unui larg număr de persoane, conduită tranzitorie prin natura sa și rezultată din sugestie sau alte procese iraționale.

**Panica** – frică intensă individuală sau colectivă, adesea neîntemeiată, care îngreunează găsirea unor soluții rezonabile pentru depășirea situației.

#### XV.

**Reprezentare socială** – un filtru sociocognitiv generat colectiv în scopul interpretării mediului fizic și social și orientării conduitei umane.

**Obiectificarea** – proces de materializare a unei abstracții, transformarea unui concept într-o imagine familiară. Dintr-un set informațional se extrag o serie de elemente esențiale, se formează un nucleu figurativ care apropie obiectul cunoașterii de subiectul cunoscător.

**Ancorarea** – transformarea în rețeaua categoriilor proprii a ceea ce este străin, perturbator, prin compararea elementului nou cu paradigma unei categorii considerată potrivită.

**Nucleul central** – parte din structura reprezentării sociale, determinat socioistoric și definitorie pentru normele unui grup.

**Sistem periferic** – partea cea mai expusă, labilă și accesibilă a reprezentării, compusă dintr-un set de informații reținute, selecționate și interpretate în raport cu semnificațiile degajate de nucleul central.

## CUPRINS

<i>Cuvânt- înainte</i> .....	11
<b>I. Obiectul psihologiei sociale</b> .....	13
I.1. Ce este psihologia socială? .....	13
I.2. Psihologie socială sau psihosociologie? .....	15
I.3. Vocația aplicativă a psihologiei sociale .....	15
Rezumat .....	17
Concepte-cheie .....	17
Teme .....	18
<i>Bibliografie</i> .....	18
<b>II. Scurt istoric al psihologiei sociale</b> .....	19
II.1. Începuturile domeniului .....	19
II.2. Perioada clasică .....	21
II.3. Perioada modernă și contemporană .....	24
II.4. Psihologia socială în România .....	24
Rezumat .....	26
<i>Bibliografie</i> .....	26
<b>III. Persoana în psihologia socială</b> .....	27
III.1. Conceptul de persoană .....	27
III.2. Statutul și rolul persoanei .....	28
III.2.1. Statutul .....	28
III.2.2. Rolul .....	29
III.2.3. Personalitatea de bază și personalitatea de statut la Ralph Linton .....	31
III.2.4. Relația dintre statut, rol și comportamentul persoanei .....	32
III.2.5. Conflictul de rol .....	34
III.2.6. Modalități de rezolvare a conflictelor .....	35
III.3. Nivelul de aspirație și raportul lui cu statutul și rolul persoanei .....	35
Rezumat .....	36
Concepte-cheie .....	37
Teme .....	37
<i>Bibliografie</i> .....	38

<b>IV. Construcția socială a personalității</b> .....	39
Rezumat .....	44
Concepte-cheie .....	45
Teme .....	45
Bibliografie .....	45
<b>V. Percepția socială și teoria atribuirii</b> .....	46
V.1. Precizări terminologice .....	46
V.2. Elementele percepției sociale .....	46
V.3. Teoria atribuirii .....	48
V.3.1. Când au loc atribuirile? .....	49
V.3.2. Modele ale atribuirii .....	50
V.3.3. Erorile de atribuire .....	53
Rezumat .....	54
Concepte-cheie .....	54
Teme .....	54
Bibliografie .....	55
<b>VI. Atitudinile sociale și schimbarea lor</b> .....	56
VI.1. Atitudinile sociale – delimitare conceptuală și definiție .....	56
VI.2. Teoria disonanței cognitive .....	58
VI.2.1. Ilustrări experimentale ale teoriei lui Festinger .....	60
VI.2.2. Revizuirea teoriei disonanței cognitive .....	62
VI.3. Teoria echilibrului (F. Heider) .....	63
VI.4. Comunicarea persuasivă și schimbarea atitudinilor .....	64
VI.4.1. Caracteristicile sursei .....	65
VI.4.2. Caracteristicile mesajului .....	66
VI.4.3. Caracteristicile receptorului .....	68
VI.5. Rezistența la schimbare .....	69
Rezumat .....	69
Concepte-cheie .....	70
Teme .....	70
Bibliografie .....	70
<b>VII. Relații interpersonale</b> .....	72
VII.1. Precizări terminologice .....	72
VII.2. Sociabilitatea – bază a relațiilor interpersonale .....	72
VII.3. Tehnica sociometrică .....	73
VII.3.1. Testul sociometric .....	74
VII.3.2. Indicii sociometrici .....	75
VII.3. Factori cu incidență asupra relațiilor simpatetice .....	76
VII.4. Teorii privind atracția interpersonală .....	76
VII.4.1. Recompensa .....	76

VII.4.2. Teoria echilibrului .....	77
VII.4.3. Teorii ale similitudinii .....	77
VII.4.4. Teorii ale contrastului .....	77
VII.5. Tipuri de relații interpersonale (clasificarea relațiilor interpersonale) .....	78
VII.6. Deficiențe ale socializării .....	79
VII.6.1. Anxietatea socială .....	79
VII.6.2. Singurătatea .....	80
Rezumat .....	80
Concepte-cheie .....	81
Teme .....	81
<i>Bibliografie</i> .....	82
<b>VIII. Comportamentul prosocial</b> .....	83
VIII.1. Precizări conceptuale .....	83
VIII.2. Comportamentul prosocial – modele explicative .....	83
VIII.2.1. Sociologia .....	83
VIII.2.2. Socializarea și funcționarea normelor sociale .....	84
VIII.2.3. Teoria învățării sociale .....	84
VIII.2.4. „Modelul schimbului social” sau „paradigma costuri-beneficii” .....	85
VIII.2.5. Empatia și altruismul .....	86
VIII.3. Factori care influențează comportamentul prosocial .....	87
VIII.3.1. Rolul factorilor emoționali .....	87
VIII.3.2. Modele de rol .....	87
VIII.3.3. Mediul fizic și demografic .....	87
VIII.4. Efectul de martor .....	87
VIII.5. Ajutorarea celuilalt ca proces decizional stadial .....	88
VIII.6. Diferitele forme de altruism .....	89
VIII.6.1. Altruismul participativ .....	89
VIII.6.2. Altruismul judiciar .....	90
VIII.6.3. Altruismul normativ .....	90
Rezumat .....	91
Concepte-cheie .....	91
Teme .....	92
<i>Bibliografie</i> .....	92
<b>IX. Agresivitatea</b> .....	93
IX.1. Precizări terminologice .....	93
IX.2. Criterii de clasificare .....	93
IX.3. Cauzele agresivității .....	94
IX.3.1. Agresivitatea ca trăsătură înăscută .....	94
IX.3.2. Teoria învățării sociale .....	95

IX.3.3. Teoria frustrare-agresivitate .....	95
IX.4. Factorii care influențează agresivitatea .....	96
IX.4.1. Clasificarea surselor .....	96
IX.4.2. Mass-media și violența .....	97
IX.4.3. Prevenirea și reducerea violenței .....	98
Rezumat .....	98
Concepte-cheie .....	99
Teme .....	99
<i>Bibliografie</i> .....	100
<b>X. Psihologia socială a grupurilor mici</b> .....	101
X.1. Etimologie și definiții .....	101
X.2. Compararea grupului mic cu diada interpersonală și mecanismul trecerii de la diadă la microgrup .....	103
X.3. Clasificarea grupurilor sociale .....	103
X.4. Proprietățile grupurilor mici .....	104
X.4.1. Mărimea grupului .....	104
X.4.2. Distribuția spațială .....	105
X.4.3. Coeziunea grupului .....	106
X.4.4. Eficiența grupului .....	107
X.5. Dinamica grupurilor .....	108
Rezumat .....	109
Concepte-cheie .....	109
Teme .....	110
<i>Bibliografie</i> .....	110
<b>XI. Influența socială</b> .....	111
XI.1. Precizări terminologice .....	111
XI.2. Experimente clasice în studiul conformismului .....	112
XI.3. Cele două tipuri de influență .....	113
XI.4. Obediența .....	115
XI.5. Manipularea și tehnicile de manipulare .....	116
XI.5.1. Tehnica piciorului în ușă .....	117
XI.5.2. Tehnica mingiilor aruncate la joasă înălțime .....	117
XI.5.3. Tehnica ușă în față .....	119
Rezumat .....	120
Concepte-cheie .....	121
Teme .....	121
<i>Bibliografie</i> .....	122
<b>XII. Activitatea în grup</b> .....	123
XII.1. Conceptul de facilitare socială .....	123
XII.2. Lenea socială (efectul Ringelmann) .....	124

XII.3. Factorii productivității de grup .....	124
XII.4. Comunicare și luarea deciziilor în grup .....	125
XII.4.1. Conceptul de comunicare .....	125
XII.4.2. Deciziile de grup .....	127
Rezumat .....	129
Concepte-cheie .....	129
Teme .....	130
<i>Bibliografie</i> .....	131
<b>XIII. Conducerea grupurilor</b> .....	131
XIII.1. Precizări terminologice .....	131
XIII.2. Modele ale conducerii .....	131
XIII.2.1. Abordarea conducerii centrată pe trăsături de personalitate .....	132
XIII.2.2. Abordarea conducerii centrată pe comportament .....	132
XIII.2.3. Teoria conducerii carismatice .....	134
XIII.2.4. Abordarea contextuală a conducerii .....	135
Rezumat .....	137
Concepte-cheie .....	138
Teme .....	138
<i>Bibliografie</i> .....	138
<b>XIV. Grupurile mari și fenomenele de masă</b> .....	139
XIV.1. Particularități ale grupurilor mari .....	139
XIV.2. Concepția lui G. Le Bon asupra psihologiei maselor .....	140
XIV.3. Fenomenele de masă .....	141
XIV.3.1. Zvonurile .....	141
XIV.3.2. Moda .....	144
XIV.3.3. Situațiile sociale critice – Panica .....	146
Rezumat .....	146
Concepte-cheie .....	146
Teme .....	147
<i>Bibliografie</i> .....	147
<b>XV. Reprezentările sociale</b> .....	148
XV.1. Precizări terminologice .....	148
XV.2. Elemente caracteristice ale reprezentărilor sociale .....	150
XV.3. Tipul de cunoaștere propus de reprezentările sociale .....	151
XV.4. Procese fundamentale ale reprezentării sociale .....	152
XV.4.1. Obiectificarea .....	152
XV.4.2. Ancorarea .....	153
XV.5. Structura tripartită a reprezentării sociale .....	153
XV.6. Organizarea și structura internă a RS .....	154

XV.6.1. Sistemul central (nucleul central) .....	154
XV.6.2. Sistemul periferic .....	156
XV.7. Transformarea reprezentărilor sociale .....	157
XV.8. Condițiile apariției reprezentărilor sociale .....	158
XV.9. Funcțiile reprezentărilor sociale .....	159
Rezumat .....	160
Concepte-cheie .....	160
Teme .....	161
<i>Bibliografie</i> .....	161
<i>Bibliografie generală</i> .....	163

© Editura Fundației *România de Măine*, 2008  
**Editură acreditată** de *Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului*  
prin *Consiliul Național al Cercetării Științifice*  
din *Învățământul Superior*

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**

**MARICA, SIMONA**

**Introducere în psihologia socială** / Simona Marica. – București:  
Editura Fundației *România de Măine*, 2008

ISBN 978-973-163-116-5

316.6

Reproducerea integrală sau fragmentară, prin orice formă  
și prin orice mijloace tehnice, este strict interzisă  
și se pedepsește conform legii.

***Răspunderea pentru conținutul și originalitatea textului***  
*revine exclusiv autorului/autorilor.*

Redactor: Cosmin COMARNESCU  
Tehnoredactor: Laurențiu Cozma TUDOSE  
Georgiana GÎRJOI  
Coperta: Cornelia PRODAN

---

Bun de tipar: 01.04.2008; Coli tipar: 10,25  
Format: 16/61×86

---

Editura Fundației *România de Măine*  
Bulevardul Timișoara, nr.58, București, Sector 6  
Tel./Fax: 444 20 91; [www.spiruharet.ro](http://www.spiruharet.ro)  
e-mail: [contact@edituraromaniademaine.ro](mailto:contact@edituraromaniademaine.ro)

## REZUMAT

### I.

Dacă psihologia generală studiază individul, iar sociologia societatea sub aspectul structurii și funcțiilor sale, psihologia socială se afirmă ca știință a studiului interdisciplinar, a ființării omului în și prin social. Ea se apleacă însă nu doar asupra interacțiunii individ – societate, ci și asupra interacțiunii inter-individuale. Fenomenele și procesele studiate se numesc *fenomene și procese psihosociale*, iar modul său specific de analiză impune o grilă de lectură ternară a realității.

Psihologia socială nu înseamnă însă doar încercare de teoretizare, ci și de optimizare a vieții sociale. În cele mai variate domenii (medicină, politică, administrație etc.) psihologia socială și-a dovedit vocația sa aplicativă.

### II.

Psihologia socială are un lung trecut în întrebările filosofice preștiințifice privind problemele omului în societate, dar abia de un secol de investigație științifică.

Este de menționat faptul că un domeniu iese din sfera speculației și intră în cea a științei atunci când începe să experimenteze. Este meritul americanului Norman Triplett de a fi introdus psihologia socială pe calea experimentării, prin studiile din 1897 privind influența socială sub forma facilitării sociale. Așadar, anul 1897 marchează debutul psihologiei sociale ca știință.

Am împărțit parcursul psihologiei sociale în următoarele etape: preistoria, începuturile domeniului, perioada clasică, perioada modernă și perioada contemporană, urmărind principalele nume și contribuții ale acestor perioade, ca și un extrem de scurt istoric al psihologiei sociale în România.

### III.

Statutul și rolul persoanei reprezintă două noțiuni corelative, mult utilizate în psihologia socială. Dacă statutul reprezintă poziția socială a subiectului, poziție în virtutea căreia acesta are dreptul de a se aștepta la anumite conduite din partea celorlalți, rolul este aspectul dinamic al statutului, constând din acele comportamente pe care ceilalți le așteaptă de la noi, în virtutea a ceea ce se cheamă prescripții de rol. Există o serie de subprocesse de rol care se interpun între aceste prescripții și disponibilitățile

acționale ale persoanei. În general, fiecare dintre noi dispune de mai multe asemenea poziții în societate (fie ele înnăscute sau dobândite), iar incompatibilitățile între prescripțiile a diverse status-roluri dau naștere la conflictele interrol sau intrarol. Acestea au diferite surse și moduri de rezolvare. În strânsă legătură cu statusul și rolul persoanei am introdus și *nivelul de aspirație*, ale cărui surse sunt atât interacțiunea dintre subiect și sarcină (subiectul se compară cu el însuși în diferite situații), cât și interacțiunea dintre membri grupului căruia îi aparține individul și compararea cu outgrupuri.

#### IV.

Personalitatea este o construcție socială, ceilalți contând în drumul devenirii noastre atât ca modele, cât și ca repere, ca termeni de referință. Sinele social are trei componente: componenta cognitivă sau conceptul de sine, componenta afectivă sau stima de sine și componenta comportamentală sau prezentarea de sine. Cum se formează conceptul de sine? Conform teoriilor prezentate, obținem cunoașterea necesară din mai multe surse: introspecția, evaluarea reflectată (feedback-ul pe care-l primim de la ceilalți în legătură cu propria persoană), compararea socială, autopercepția, interiorizarea rolurilor.

#### V.

Percepția socială se realizează pornind de la exterior, de la observarea caracteristicilor fizice ale indivizilor și ale comportamentelor lor. Pornind de la această cunoaștere superficială, fragmentară și exterioară, cum ajungem să ne dăm seama de esența fenomenelor, cu alte cuvinte despre cauzele care au declanșat un anumit comportament? este meritul teoriei atribuirii de a fi răspuns la această întrebare. Teoria atribuirii reprezintă o parte a ceea ce se numește psihologie naivă (a simțului comun). Se pleacă de la supoziția că, în încercarea de a face inteligibilă realitatea, de a-și explica evenimentele ai căror actori și observatori sunt, oamenii obișnuiți se comportă ca un fel de oameni de știință intuitivi sau spontani. Atribuirile nu au loc oricând, ci doar în fața neașteptatului, straniului, nefamiliarului. Principalele modele ale atribuirii sunt: modelul inferenței corespondente (Jones și Davis) și modelul covariației (Kelley).

## VI.

Atitudinile reprezintă acele structuri psihice care ne ajută în orientarea selectivă față de diverse aspecte ale mediului. Ele sunt formate din trei componente: cognitivă, afectivă și comportamentală. Cu privire la corespondența atitudine – comportament, realitatea arată că nu întotdeauna există continuitate între planul mental și cel comportamental, ori starea aceasta de incongruență va fi percepută de către individul în cauză ca tensionată, neplăcută. Teoria disonanței cognitive vine să explice schimbarea atitudinilor, ca urmare a stării neplăcute resimțite de indivizi când două cogniții ale noastre sunt în conflict. O altă teorie care încearcă să explice schimbarea atitudinală este teoria echilibrului, conform căreia oamenii simt nevoia de echilibru în relațiile lor, ori a avea atitudini diferite față de aspecte importante ale mediului va determina dezechilibrul relației. De aceea, una din căile de reducere a tensiunii o va reprezenta, din nou, schimbarea atitudinii. În fine, o a treia modalitate de schimbare a atitudinii este comunicarea persuasivă, analizată din punctul de vedere al emițătorului, mesajului și receptorului.

## VII.

În forma sa primordială, interacțiunea psihosocială se realizează în cadrul relațiilor interpersonale. Acestea se definesc drept *uniunea psihică bazată pe o legătură inversă sau feed-back dezvoltat și implicând minimum două persoane*, caracterizate prin reciprocitate și conștiința relației. Există relații socio-profesionale, sociocognitive, de comunicare și simpatetice sau preferențiale. Acestea din urmă, conform lui J.L. Moreno, se structurează pe dimensiunea atracție – respingere – indiferență. Moreno este inventatorul sociometriei, prin ale cărei tehnici putem cunoaște viața afectivă a grupului. În ceea ce privește teoriile despre atracția interpersonală acestea se referă la recompensă, echilibru, similaritate ori contrast (complementaritate).

Privitor la clasificarea relațiilor interpersonale, pe de o parte, există relații interpersonale bazate pe modificarea caracteristicilor partenerilor de interacțiune, pe de altă parte există relații interpersonale în care caracteristicile partenerilor nu se modifică în mod esențial. Am încheiat capitolul cu ceea ce consider a fi cele mai frecvente disfuncții ale socializării: anxietatea socială și singurătatea.

## VIII.

Comportamentul prosocial este definit ca fiind comportamentul orientat spre ajutorarea, protejarea, sprijinirea altor persoane, fără a aștepta o recompensă externă. Cu privire la natura lui, sunt teorii care susțin existența unei baze biologice a acestui comportament, după cum altele susțin că la baza sa se află funcționarea normelor sociale, ori învățarea socială. Unele teorii susțin că toate actele noastre aparent altruiste, au o motivație egoistă, pe când altele susțin că doar altruismul pur și empatia pot explica comportamentul prosocial. Există o sumă de factori – stările emoționale, modelele de rol, factorii demografici – cu impact asupra comportamentului prosocial, iar ajutorarea este un proces decizional stadial, care se poate întrerupe în oricare dintre etapele sale, în funcție de modul în care interpretăm situația. S. Moscovici vorbește de existența a trei forme de altruism: altruismul participativ, cel fiduciar și cel normativ.

## IX.

Agresivitatea poate fi considerată o caracteristică a acelor forme de comportament orientate în sens distructiv, în vederea producerii unor daune, fie ele materiale, moral-psihologice sau mixte. Teoriile explicative ale agresivității pun accentul fie pe natura înnăscută a agresivității, pe linia deschisă de K. Lorenz, fie pe caracterul său dobândit, ca în teoria învățării sociale, sau pe relația agresivității cu frustrarea, teză a lui J. Dollard și a colaboratorilor săi de la Universitatea Yale. Referindu-ne la factorii ce influențează agresivitatea vom găsi surse ce țin de reactivitatea individului la diversele incitații ale mediului, surse ce țin de mediul familial și surse ce țin de mass-media. Mijloacele de comunicare în masă sunt importante din cauza forței lor de penetrare în cele mai diverse medii și faptului că propun modele. În privința prevenirii și a reducerii violenței au fost sugerate mai multe modalități, printre care ipoteza catharsisului, pedeapsa și amenințarea cu pedeapsa sau strategiile cognitive de învățare.

## X.

Al treilea nivel de analiză a fenomenelor și proceselor psihosociale este nivelul grupului social mic. Cele mai importante trăsături ale grupurilor mici sunt considerate următoarele: membrii grupului se recunosc între ei și interacționează unii cu alții în mod individual, au sentimentul apartenenței la respectivul grup, stabilesc relații directe și urmăresc scopuri comune,

împărtășesc și respectă anumite norme specifice care le definesc și orientează rolurile în interiorul și în afara grupului. Există o sumă de clasificări ale grupurilor după criterii ca: numărul persoanelor care le compun, gradul de implicare în viața grupului, gradul de instituționalizare, tipul activității desfășurate. Dintre proprietățile grupurilor am considerat mai importante: mărimea, distribuția spațială, coeziunea și eficiența grupului. Combinarea proprietăților principale determină apariția proprietăților secundare. În timp ce proprietățile principale sunt niște structuri bazale, de fond, cele derivate sunt mai mult efecte calitative. Dinamica grupului este un concept ce se originează în teoria câmpului la K. Lewin. Astăzi, conceptul desemnează fie ansamblul fenomenelor psihosociale ce se produc în grupurile primare și legile care le reglementează, fie ansamblul fenomenelor psihosociale ce se produc în grupurile primare și legile care le reglementează.

## XI.

În capitolul de față sunt abordate mai multe tipuri de influență socială: normalizarea, conformismul, obediența și manipularea. Normalizarea se referă la formarea normelor de grup și a fost studiată de către M. Sherif cu ajutorul efectului autocinetic. Conformismul reprezintă conduita de ascultare și urmare a prescripțiilor normei de grup. Influența poate fi normativă sau informațională, iar conformismul privat sau de complezență, public. Solomon Asch a propus, în 1951, o paradigmă explicativă a conformismului. Obediența reprezintă conduita de ascultare și urmare a îndemnurilor venite de la o persoană investită cu autoritate. Este celebru, în acest sens, experimentul imaginat de S. Milgram, care a demonstrat, împotriva intuițiilor simțului comun, că 65% dintre subiecți sunt în stare să aplice șocuri electrice mortale la ordinele experimentatorului. Manipularea reprezintă influențarea indivizilor în vederea obținerii unor atitudini sau comportamente dorite, fără ca aceștia să conștientizeze intențiile manipulatorului. Manipulările sunt clasificate în mici, medii și mari, iar dintre tehnicile de manipulare cele mai cunoscute, am abordat: tehnica piciorului în ușă, a ușii în față, a mingiilor aruncate la joasă înălțime.

## XII.

De la începuturile sale, psihologia socială s-a preocupat de performanța individului în context colectiv. Un prim efect descoperit în viața de grup este cel de facilitare socială – având drept conținut faptul că simpla percepere a partenerului de lucru are efecte energizante. Pentru explicarea acestui

fenomen s-a recurs fie la teoria impulsului, fie la teoria fricii de evaluare. S-a constatat și existența unui fenomen aparent opus: lenea socială, care se referă la reducerea efortului individual ca urmare a creșterii numerice a grupului.

Factorii productivității de grup sunt următorii: volumul grupului, structura grupului, tipul de conducere, relațiile socioafective, tipul de sarcină.

Comunicarea este forma principală de manifestare a interacțiunii psihosociale. Existența unei structuri de comunicare în grup este o realitate aproape palpabilă. Configurația funcționării reale, modul în care se distribuie mesajele, fluxul comunicării pe diferite canale ale rețelei, alcătuiesc structura de comunicare. Una dintre principalele sarcini ale grupurilor o constituie luarea deciziilor. Deși, în anumite privințe, grupul apare superior individului în ceea ce privește procesul decizional, există totuși niște capcane ale deciziilor în grup, printre care: efectul groupthink și efectul de polarizare.

### XIII.

Într-o definiție tradițională conducerea apare ca influență interpersonală, orientată către atingerea obiectivelor organizației. Cercetările pe această temă au evoluat de la străduința identificării unui model universal al trăsăturilor de personalitate care determină pe marii lideri, la încercările de a explica eficiența conducerii în termenii comportamentului manifestat de lideri și până la așa numitele *modele ale contingentei*, care retușează deficiențele teoriilor anterioare. Teoria contingentei, aparținând lui F. Fiedler, postulează faptul că nu există un mod ideal de conducere a oamenilor. Cel mai bun mod este cel adecvat situației în care acționează liderul. Teoria rutei spre obiectiv a lui R. House afirmă că principala sarcină a liderilor este aceea de a dirija și instrui membrii echipei în alegerea celor mai bune rute, care merg atât spre atingerea obiectivelor organizației, cât și spre obiectivele lor. Cele mai cunoscute stiluri de conducere sunt: directiv, suportiv, participativ și orientat spre realizări.

### XIV.

Grupul mare este grup secundar, cu dimensiuni crescute, înăuntrul căruia, datorită slăbirii contactelor directe, interpersonale se amplifică din ce în ce mai mult elementele de viață formală, instituționalizată. Dintre grupurile mari ne-am oprit asupra mulțimilor, analizate de Gustave le Bon. În opinia lui mulțimile sunt de gen feminin, fiind emotive, mobile și iritabile. În mulțime, conștiința dispare, individul cufundându-se în starea de mulțime, care nivelează inteligențele, determinând legea unității mentale a mulțimilor.

Fenomenele de masă asupra cărora ne-am oprit au fost: zvonurile, analizate atât din perspectivă sociologică, pe urmele lui T. Shibutani, dar și din perspectiva psihologică, a cercetărilor experimentale ale lui Allport și Postman; moda, înțeleasă ca ritual social de uniformizare și afirmare a apartenenței la un grup social și panica, definită ca stare socială critică, generatoare de stări emoționale foarte puternice, dominate de iraționalitate și cu mare putere de difuziune.

#### XV.

Reprezentările sociale constituie un câmp de cercetare cu tradiție în psihologia socială. Pornind de la E. Durkheim, care le-a numit *reprezentări colective*, au fost redescoperite și reinterpretate de către S. Moscovici. Procesele fundamentale ale reprezentărilor sociale sunt *obiectificarea și ancorarea*. A fost propusă o structură tripartită a reprezentărilor sociale, model ce cuprinde componentele: cognitivă, afectivă și comportamentală. Din punctul de vedere al organizării interne, J.C. Abric a susținut existența unui nucleu central și a unui sistem periferic în structura reprezentării. Condițiile apariției reprezentărilor sociale sunt constituite de dispersia informației cu privire la obiectul reprezentării, fenomenul de focalizare și presiunea la inferență. Funcțiile reprezentărilor sociale sunt funcția de cunoaștere, cea identitară, funcția de orientare și funcția justificativă.

## TEME

### I.

- Revedeți principiul determinării socioculturale a psihicului uman, tratat în cadrul cursului de psihologie generală. Ce concluzii trageți pentru domeniul psihologiei sociale?

- Găsiți, în viața cotidiană, exemple de fenomene și procese psihosociale. Explicați de ce vorbim despre *efect de urgență*.

- Redactați un eseu în care să povestiți parcursul vostru de până acum prin prisma influențelor de rasă, clasă, status socio-economic și cultural, persoane semnificative etc. Faceți apoi un exercițiu de imaginație – schimbați un factor și închipuiți-vă repercusiunile asupra formării voastre ca personalitate.

- De ce vorbim despre vocație aplicativă a psihologiei sociale?

### III.

- Enumerați statutele pe care le dețineți în acest moment în societate.

- V-ați aflat vreodată în stare de conflict intra sau interrol? Dacă da, ce modalitate ați găsit pentru rezolvarea conflictului?

- Ce importanță are, din punctul de vedere al nivelului de aspirație, faptul că grupul din care faceți parte este/nu este un grup performant?

- Ce influență au trăsăturile de personalitate asupra modului în care ne interpretăm rolurile sociale?

### IV.

- De ce sunt importanți ceilalți în procesul cunoașterii de sine?

- Care este diferența dintre introspecție și autopercepție?

- Gândiți-vă la *ceilalți semnificativi* care au ajutat la formarea imaginii voastre de sine. Ce comportamente, ce vorbe, ce tipuri de raportare la voi vă amintiți că v-au marcat?

### V.

- De ce aparține teoria atribuirii psihologiei naive sau a simțului comun?

- Care este diferența dintre cele două modele ale atribuirii?

- Imaginați voi înșivă câteva modele experimentale pentru a pune în evidență erorile de atribuire.

## VI.

- Dați exemple din viața cotidiană de momente în care între componentele atitudinii voastre față de un obiect sau altul nu a existat concordanță. Cărui fapt s-a datorat acest lucru?
- Gândiți-vă la momentele în care ați resimțit și voi starea de disonanță cognitivă. Cum ați rezolvat-o?
- Realizați o comunicare cu efect persuasiv folosind principiile din curs.

## VII.

- Reflectați asupra factorilor cu incidență asupra relațiilor interpersonale folosindu-vă de propria experiență: ce a contat în stabilirea și menținerea unei relații de prietenie, de exemplu?
- Tot bazându-vă pe experiența proprie, la care dintre teoriile privind atracția interpersonală, achiesăți?
- Imaginați un chestionar sociometric ce se adresează unei echipe de muncă și care are ca obiectiv modul în care se pot realiza subgrupe de proiect din cadrul respectivei echipe.

## VIII.

- Gândiți-vă la unul dintre cele mai altruiste gesturi făcute de voi. Care este motivația ultimă a acestor gesturi?
- De ce este nevoie de altruism în condițiile în care egoismul ne aduce beneficii?
- Dați exemple de gesturi care se pot subsuma conceptelor de *altruism participativ*, *altruism normativ* și *altruism fiduciar*.

## IX.

- Comparați cele trei teorii asupra cauzelor agresivității. Pe care dintre ele le acceptați și de ce?
- Ce căi ați vedea pentru reducerea agresivității în școli? Imaginați un program în acest sens.
- Care sunt mecanismele prin intermediul cărora acționează violența în mass-media? De ce sunt ele periculoase?

## X.

- De ce considerăm că mai mulți oameni laolaltă nu constituie neapărat un grup, din punct de vedere psihosocial? Ce condiții trebuie să îndeplinească pentru a fi considerați astfel?
- De ce un grup din care nu facem parte (grupul de referință) poate exercita asupra noastră o forță motivațională?
- Încercați să realizați diferite sarcini (de exemplu, rezolvare de probleme) fiind așezați în aranjamentele spațiale descrise de către H. Leavitt. În care dintre acestea a fost mai mare eficiența? dar satisfacția?

## XI.

- Propuneți un design experimental pentru studiul conformismului (altul decât cel al lui Asch)
- Explicați diferența dintre conformismul public sau de complezență și cel privat.
- Toți suntem conformiști, în mai mică sau mai mare măsură. Gradul de conformism depinde și de tipul de personalitate a individului. În ce sens?
- Gândiți-vă la câteva situații în care inconștient, ați manipulat sau ați fost manipulați. Ce tehnici s-au folosit?

## XII.

- Este lenea socială fenomenul opus facilitării sociale? cum explicați existența ambelor fenomene în viața grupului?
- Care sunt factorii productivității de grup și în ce constau ei?
- Simulați luarea unei decizii în grupuri de câte 7 membri. Analizați calitatea interacțiunii, eficiența grupului, și satisfacția avută. Ați remarcat intervenția vreunui dintre efectele discutate?

## XIII.

- Ce limite sesizați la modelele conducerii centrate pe trăsături de personalitate, respectiv pe comportament?
- Realizați un chestionar pentru identificarea stilului de conducere al unui lider.
- Considerați că există profiluri de personalitate tipice pentru lideri? Cum ar arăta un astfel de profil în opinia voastră?

#### XIV.

- Gândiți-vă la momentul în care ați fost într-o mulțime (meci, manifestație etc.). Ce fenomene ați remarcat?
- Care sunt cele mai cunoscute zvonuri care au circulat în ultimii ani? De ce credeți că au prins în rândul populației? Ce factori pot să explice înaltul grad de credibilitate acordat?
- Care sunt motivele pentru care este important să fim la modă?

#### XV.

- Care este diferența dintre conceptul de reprezentare colectivă la E. Durkheim și cel de reprezentare socială la S. Moscovici?
- Cum ar arăta procesele de ancorare și obiectificare în cazul formării reprezentării sociale a psihoterapiei, de exemplu?
- Realizați un chestionar cu ajutorul căruia să surprindeți dimensiunile esențiale ale reprezentării sociale a profesiei de psiholog.