

POTERE AZIONE SOCIALE E STRUTTURE

Sociologia Generale 1e McGraw-Hill, 2015

Comprendere la struttura sociale (1)

2

Struttura sociale

Modelli di comportamento ricorrenti

ISTITUZIONE SOCIALE

Modelli di comportamento che assumono un carattere normativo in una determinata società

“Insieme di status e di ruoli che hanno lo scopo di soddisfare determinate funzioni sociali” (Smelser, 2007)

Il concetto di istituzioni è DIVERSO da quello di organizzazione

Comprendere la struttura sociale (2)

3

- Costruire e modificare la struttura sociale
 - Mediante le nostre azioni e le nostre scelte, riproduciamo o modifichiamo i modelli che tengono in piedi le strutture sociali.

Capacità di azione

Capacità di operare indipendentemente dai vincoli sociali, anche in contrasto con le aspettative della società

Comprendere la struttura sociale (3)

4

□ Status e ruoli: vita quotidiana e struttura sociale

Status

Posizione che un individuo può occupare all'interno di un sistema sociale.

Status ascritti

Posizione, all'interno di un sistema sociale, che viene assegnata a una persona dalla nascita, indipendentemente dai suoi desideri.

Status conseguiti

Posizione, all'interno di un sistema sociale, che una persona ottiene volontariamente, in larga misura per effetto delle sue azioni.

■ ■ ■ ■ **Figura 4.1 Status, ruoli e istituzioni.** Ogni individuo riveste status e ruoli differenti a seconda dei gruppi sociali e delle istituzioni in cui è inserito. Quali sono i vostri?



Ruolo sociale

Ruolo

Insieme dei comportamenti attesi che si associano a determinati status.

Ruolo sociale

- Le caratteristiche di un ruolo cambiano da cultura a cultura
- Esistono norme di comportamento che valgono per i membri di un gruppo e che regolano i loro comportamenti
- In un gruppo sociale, i ruoli possono essere più o meno differenziati (dipende dalla dimensione del gruppo e dalla densità sociale)

Ruolo sociale

- Si distingue tra ruoli SPECIFICI (riguarda un insieme di comportamenti limitato) e ruoli DIFFUSI (riguarda un insieme di comportamenti attesi più ampio e meno definito)

La struttura sociale al livello microsociologico

9

□ Etnometodologia

- È un approccio che analizza i metodi usati dalle persone comuni per dare senso alle attività della loro vita quotidiana. È lo studio delle regole di base che disciplinano le interazioni quotidiane delle persone (conoscenza di senso comune)
- Enfatizza il ruolo giocato dalle interazioni nella costruzione delle strutture sociali
- L'interazione sociale dipende da presupposti impliciti e da complesse reti di significati sottintesi

Breaching experiments

Situazioni sociali controllate che infrangono deliberatamente le regole sociali, violando i modelli di comportamento consolidati.

La struttura sociale al livello mesosociologico

10

- **Struttura organizzativa:**
 - Regole formali: codici di condotta; job descriptions
 - Regole informali e routines: quelle che emergono e si impongono nello svolgimento delle attività organizzative reali.

Struttura organizzativa

Le regole e le routines, sia formali che informali, che strutturano le attività quotidiane di un'organizzazione.

La struttura sociale al livello macrosociologico

11

- Struttura, funzioni and interrelazioni tra istituzioni sociali.
 - I funzionalisti si focalizzano su come le differenti parti della società cooperano insieme e che ruolo giocano.
 - Integrazione sociale: processo mediante il quale le strutture e i valori sociali uniscono le persone all'interno di una società.

Come cambiano le strutture: l'azione sociale (1)

12

- Tipi di azione sociale (Max Weber):
 - **Azione tradizionale:** motivata dal costume.
 - **Azione affettiva:** guidata dalle emozioni e dai sentimenti.
 - **Azione razionale rispetto al valore:** orientata da un'ideale sia nel suo svolgersi che nei fini perseguiti.
 - **Azione razionale rispetto allo scopo:** motivata da logiche di efficienza.

Come cambiano le strutture: l'azione sociale (2)

13

- L'azione razionale rispetto allo scopo nella società globale: la Mcdonaldizzazione del mondo (George Ritzer).
 - Le quattro dimensioni della Mcdonaldizzazione:
 - Efficienza.
 - Calcolabilità.
 - Prevedibilità.
 - Controllo.
 - Il risultato è quello di imporre strutture altamente razionalizzate su ogni aspetto della nostra vita.

Tabella 4.1 Le quattro dimensioni della McDonaldizzazione secondo Ritzer

Efficienza	Ricerca il miglior metodo possibile per svolgere i compiti, spesso eseguendo una serie di azioni altamente specifiche e predeterminate.
Calcolabilità	Enfatizzare gli aspetti quantitativi di prodotti e servizi (concentrandosi, per esempio, sulla dimensione del prodotto, sul costo e sul tempo), caratterizzati spesso dal concetto di “economie di scala”.
Prevedibilità	Tentare di omogenizzare prodotti e servizi, indipendentemente dal tempo o dal luogo. Questo processo di standardizzazione può essere confortante per i clienti, che sanno cosa aspettarsi, ma tende a produrre mansioni che lasciano pochissimo spazio al pensiero creativo.
Controllo	Esercitare il controllo sui dipendenti e sui clienti applicando regole inflessibili, limitando le opzioni e usando nuove tecnologie che monitorano e regolamentano il comportamento.

Fonte: Ritzer, 2011.

Il potere come fenomeno sociale (1)

15

Potere

La capacità di conseguire un risultato desiderato, anche andando contro l'opposizione altrui.

Empowerment (il “potere di”)

Ampliamento della capacità personali nel raggiungere un obiettivo desiderato e legato a percorsi di emancipazione individuale e collettiva.

Il potere come fenomeno sociale (2)

16

□ Strategie di Empowerment

- Educazione: consente di sviluppare quelle capacità e di apprendere quelle conoscenze che consentono di agire consapevolmente per la propria emancipazione.
- Organizzazione: consiste nel mettersi insieme delle persone al fine di promuovere un obiettivo comune.
- Networking: capacità di uscire dalle cerchie sociali più immediate per trovare alleati da coinvolgere nell'azione emancipativa.

■ ■ ■ ■ **Figura 4.3** Nella figura una campagna pubblicitaria per scoraggiare la scrittura di SMS e iMessage alla guida.



Il potere come fenomeno sociale (3)

18

- Dominio: il “potere su”
 - Robert Dahl: “A ha potere su B nella misura in cui può indurre B a fare qualcosa che altrimenti non farebbe”

Il potere come fenomeno sociale (4)

19

- Strategie finalizzate a superare un'opposizione
 - **Persuadere**: ottenere il consenso delle persone convincendole della correttezza della propria posizione e dei propri obiettivi.
 - **Ricompensare**: promuovere il consenso delle persone offrendo loro un incentivo positivo.
 - **Costringere**: imporre il consenso attraverso la minaccia, l'intimidazione, la pressione o la violenza.

Il potere nella vita quotidiana (1)

20

- Il potere nei piccoli gruppi e nelle organizzazioni
 - Le sei fondamentali del potere nei piccoli gruppi e nelle organizzazioni (modello di French e Raven):
 - Potere di gratificazione.
 - Potere coercitivo.
 - Potere legittimo.
 - Potere referente o carismatico.
 - Potere esperto.
 - Potere informativo.

Il potere nella vita quotidiana (2)

21

□ Tattiche di potere

- Le tattiche di potere variano su tre dimensioni:
 - Hard e soft.
 - Rationali e irrazionali.
 - Unilaterali e bilaterali.

Tattiche di potere

Strategie specifiche che usano le persone per influenzare gli altri nella vita quotidiana.

Tabella 4.2 Tattiche di potere utilizzate per influenzare gli altri

Tattica	Esempi
Appello	Chiedere aiuto, invocare la correttezza
Associazione	Trovare alleati con cui combattere un oppositore; decidere di affrontare il capo in gruppo
Collaborazione	Offrire e chiedere assistenza secondo necessità
Critica	Evidenziare i limiti di un piano; trovare dei difetti nel lavoro di qualcuno
Denigrazione	Insultare qualcuno; dare dell'incapace a una persona
Discussione	Commentare una situazione in gruppo; escogitare un piano di azione
Elusione	Cambiare discorso; non farsi trovare al telefono
Imposizione	Pretendere un rimborso; chiedere insistentemente di vedere il capo
Informazione	Illustrare i vantaggi di un piano; specificare i benefici personali che si prospettano
Insistenza	Rifiutarsi di accettare una risposta negativa; continuare a provarci
Lamentela	Denunciare al direttore di un punto vendita la cattiva qualità del servizio; lamentarsi di un compito a casa con il professore
Lusinga	Elogi; complimenti
Manipolazione	Mentire; omettere dettagli importanti da un rapporto
Minaccia	Prospettare un'azione legale; minacciare la divulgazione di informazioni imbarazzanti
Negazione dell'altro	Abbandonare la discussione; voltare le spalle a qualcuno
Negoziante	Proporre un accordo; offrire un compromesso
Persuasione	Convincere qualcuno della bontà di una posizione
Prepotenza	Urlare, prevaricare
Promessa	Impegnarsi solennemente a portare avanti un progetto
Punizione	Licenziare qualcuno; chiudere in casa il figlio per tutta la settimana
Richiesta	Chiedere un favore
Ricompensa	Invitare qualcuno a pranzo per ringraziarlo; concedere una promozione
Socializzazione	Chiedere a un collaboratore come stanno i suoi familiari; fare due chiacchiere
Suggestione	Fare appello alla lealtà di una persona; sollevarle il morale

Gli utilizzi economici, politici e culturali del potere

23

- ❑ **Potere economico:** allocare le risorse.
- ❑ **Potere politico:** fissare le regole e prendere le decisioni.
- ❑ **Potere culturale:** definire la realtà.

Egemonia

Condizione che si crea quando i detentori del potere hanno diffuso con successo le proprie idee – ed emarginato i punti di vista alternativi – in modo che le loro prospettive e i loro interessi vengono generalmente ritenuti veri e universali.

Potere e relazioni sociali (1)

24

- Tipi di autorità (al variare del principio di legittimazione): Tradizionale, Razional-Legale e Carismatico.

Potere illegittimo

power che si basa sulla forza e la coercizione per generare obbedienza.

Potere legittimo

Potere volontariamente accettato da coloro i quali ne sono sottoposti (Weber); questa forma di potere viene generalmente definita “Autorità”.

Potere e relazioni sociali (2)

25

- Tipi di autorità (al variare del principio di legittimazione):
Tradizionale, Razional-Legale e Carismatico

(continua)

- **Potere o autorità tradizionale:** la legittimazione si fonda sul rispetto di pratiche culturali consolidate.
- **Potere o autorità razional-legale:** la legittimazione deriva da leggi, regole e procedure codificate.
- **Potere o autorità carismatica:** la legittimazione deriva dalla credenza nelle caratteristiche straordinarie di un singolo leader, che ispira lealtà e devozione.

Potere e relazioni sociali (3)

26

- Il ruolo dell'obbedienza e della disobbedienza
- Potere e privilegio

Privilegio

Vantaggio o beneficio che non è disponibile per tutti.

Teoria orientata da un punto di vista specifico

Teoria che mette in discussione assunti incontestati sulla società analizzandola da vari punti di vista, in particolare quello di chi si trova in posizione subordinate.