



Psicologia Sociale

Scienze e Tecniche Psicologiche (Università Cattolica del Sacro Cuore)



Scan to open on Studocu

UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE

PSICOLOGI A SOCIALE

Corso di *Sara Alfieri ed Elena Marta*

Giorgia Castelnovo

A. A. 2022/2023

Psicologia Sociale

CAPITOLO 1: INTRODUZIONE ALLA PSICOLOGIA SOCIALE

COS'È LA PSICOLOGIA SOCIALE?

La psicologia sociale studia l'interazione tra persona e contesto sociale, queste sono entrambe coinvolte in una relazione con il mondo fisico. La psicologia sociale è uno

1

studio scientifico, in particolare di come le persone e i gruppi percepiscono e pensano gli altri, li influenzano e si pongono in relazione con essi.

La psicologia sociale studia come i processi che le persone vivono si sviluppano tra l'interazione tra persona e il contesto della società in cui quella persona vive. Da queste interazioni tra individuo e ambiente si sviluppano poi stati mentali e processi. Parlare di persone significa parlare di qualcuno che con delle intenzioni/motivazioni si muove in un contesto sociale antropologicamente definito, e vive gli stessi processi. Tuttavia, non siamo solo un elaboratore di informazioni, ma abbiamo desideri accanto a un funzionamento fisiologico e biologico che impatta sulla persona.

Quindi la psicologia sociale è lo studio scientifico:

- Della percezione e del pensiero sociale (la percezione che abbiamo del mondo)
- Dell'influenza sociale
- Delle relazioni sociali

I CAPISALDI DELLA PSICOLOGIA SOCIALE

Tutti i principi della psicologia sociale sono applicabili alla vita quotidiana.

Percezione e pensiero sociale: Noi percepiamo alla realtà in cui viviamo in base alla nostra storia, dal contesto in cui viviamo. Il contesto sociale in cui siamo, non è un contesto sociale che semplicemente subiamo, ma è un contesto sociale in cui i comportamenti che mettiamo in atto lo costruiscono. Il contesto sociale non è un qualcosa di oggettivo, ma è una rilettura attraverso la nostra interpretazione (che è personale). A seconda delle credenze che abbiamo su di noi, queste influenzeranno i nostri comportamenti e emozioni (esempio: visione ottimistica → sensazione di potenza)

Influenza sociale: Siamo persone che pensano, e quindi noi ci fidiamo molto delle nostre intuizioni personali, e raramente le mettiamo in discussione. Talvolta, questo può andare a modellare i nostri comportamenti. Si può anche venire a creare un conflitto a causa del fatto che un'altra persona può andare a interpretare la stessa situazione in modo diverso. Gli atteggiamenti sono strettamente connessi ai comportamenti.

Relazioni sociali: Le persone che ci circondano influenzano su di noi una grossa influenza. Sentimenti e azioni verso le persone/ i gruppi sono a volte positivi e a volte negativi, questi dipendono da come noi leggiamo la realtà. Bisogna capire da dove nascono questi sentimenti e azioni per capirli e gestirli, sia quelli negativi che quelli positivi.

Noi costruiamo la nostra realtà

Gli esseri umani hanno bisogno di spiegare i comportamenti e trovarne le cause, per renderli ordinati e controllabili. Esiste una realtà oggettiva fuori di noi, ma la vediamo attraverso le lenti delle nostre credenze e dei nostri valori (siamo scienziati ingenui). Anche le credenze su di noi sono importanti: a seconda se abbiamo una visione ottimistica, se crediamo di poter controllare gli eventi e ci crediamo superiori o inferiori agli altri, si modelleranno le nostre emozioni e azioni.

Le nostre intuizioni sono spesso potenti ma talvolta pericolose

Le intuizioni modellano le nostre paure e relazioni. Il pensiero, le percezioni, la memoria e gli atteggiamenti operano a due livelli: *uno conscio e deliberativo, uno inconscio e automatico*. Questo fenomeno viene chiamato elaborazione duale. A volte, però, le intuizioni possono essere errate, come quelle su noi stessi (poiché ci fidiamo dei ricordi più del dovuto o neghiamo di essere suggestionati da situazioni che

invece ci influenzano). Spesso sbagliamo anche nel predire i sentimenti ed il nostro futuro.

In alcune situazioni, dunque, quando serve accuratezza, sarebbe meglio controllare l'intuizione e usare un pensiero critico.

Le influenze sociali plasmano i nostri comportamenti

Essendo animali sociali, le relazioni sono una parte importante della vita umana. Noi rispondiamo al contesto in cui ci troviamo e talvolta la situazione sociale ci porta ad agire in maniera distante dai nostri atteggiamenti. Anche la cultura di appartenenza è importante nel definire la percezione delle situazioni e delle relazioni. Le persone si adattano al contesto sociale in cui si trovano.

I nostri atteggiamenti e le nostre disposizioni plasmano i nostri comportamenti: anche le forze interne sono importanti; dunque, anche i nostri atteggiamenti influenzano i nostri comportamenti

I tre principi motivazionali

Dopodiché la psicologia sociale risponde anche a tre principi motivazionali:

- **L'acquisizione della padronanza;** abbiamo bisogno di sentirci in un mondo che padroneggiamo, si fa fatica a stare in un contesto di certezza. Quindi gran parte dei comportamenti che le persone mettono in atto sono volti a consentire alle persone di avere una padronanza del contesto e dei rapporti.
- **La ricerca dell'affiliazione;** ogni persona si impegna a creare e mantenere sentimenti di reciproco sostegno, simpatia e accettazione con le persone che ama e stima o con il proprio in-group. Tutti abbiamo bisogno di affiliazione, ovvero di sentirci accolti e riconosciuti.
- **La valorizzazione di "me e di mio";** si desidera vedere in una luce positiva tanto se stessi, quanto le persone e i gruppi a sé connessi attraverso, ad esempio, il confronto sociale con gli altri. Quindi si tratta del desiderio di avere un'immagine positiva di sé stessi.

Articolazione psicosociale dei livelli di analisi: come specchiamo il sociale (Doise)

Ci sono più livelli di analisi e lettura, e quando uno psicologo lavora deve capire il caso dove si colloca (un singolo caso si può collegare in uno o al massimo in un paio di livelli). Secondo Doise in psicologia sociale si possono individuare quattro livelli di spiegazione:

Livello psicologico o intrapersonali: consente di comprendere come la persona organizza la sua percezione e valutazione del mondo sociale e come si comporta in esso (quindi la propria esperienza del mondo). Le teorie sviluppate a questo livello si propongono di spiegare i meccanismi attraverso cui la persona organizza la sua esperienza. Qui si formano le prime impressioni.

Livello interpersonali: consente di comprendere le dinamiche che si manifestano tra le persone considerate in maniera contestuale, ossia indipendentemente dalle loro posizioni sociali o dalla situazione specifica. Quindi come le persone interagiscono nella relazione a uno a uno. In particolare, ci porta a vedere cosa succede nelle interazioni con le persone, senza considerare lo status e il potere che intercorre tra i soggetti ma considerandole quasi come intercambiabili in quella situazione (teorie dell'attribuzione). Questo è il livello che va a vedere come le persone costituiscono le relazioni tra di loro a prescindere dal potere che le persone hanno nel contesto sociale

Livello posizionali: come le persone interagiscono in base alla posizione/ruolo che occupano nella società. Questo livello permette di comprendere l'impatto delle differenze di ruolo o status delle persone sui processi psico-sociali osservati. Spesso le teorie del secondo livello si innestano su quelle del terzo livello. analisi dell'interazione

interpersonale in situazioni specifiche, ma in cui il ruolo della posizione sociale, esterno alla situazione, viene preso in considerazione: qui si gioca anche la variabile status e identità; quindi, si considera l'esperienza individuale del soggetto nell'analisi del contesto.

Livello ideologico: come le persone interagiscono in relazione ai sistemi sociali di credenze e i valori sociali attivi nei contesti di vita. Consente di comprendere come le credenze ideologiche universali portino a rappresentazioni mentali e sociali e come queste si traducano nell'assunzione di comportamenti differenziati e discriminatori.

UN PO' DI STORIA DELLA PSICOLOGIA SOCIALE

Le radici europee della psicologia sociale

La psicologia sociale nasce in Francia per poi passare negli Stati Uniti e poi tornare di nuovo in Europa.

La Rivoluzione francese e il movimento "Friday for future" → questi due eventi hanno in comune che molte persone si organizzano e si trovano in un luogo per manifestare. La psicologia sociale nasce proprio per capire questi fenomeni.

Le radici della psicologia sociale vengono ricondotte a due approcci europei del XIX secolo (in quel momento si aveva lo spostamento di masse da persone da contesti campestri a urbani; ovvero il fenomeno dell'industrializzazione): la psicologia delle folle di Le Bon (Francia) e la psicologia dei popoli di Tarde (Italia).

Se Tarde e Le Bon studiano negativamente le folle nella loro "psicologia delle folle", affermando che le persone in gruppo si muovono sulla base di processi che non governano ma da cui sono governati, Wundt (1832-1920) con la sua "psicologia dei popoli" ritiene che siano gli individui che sentendosi parte della società la rendono grande.

La psicologia delle folle - Le Bon

"La psicologia delle folle" è il nome del testo di Gustav Le Bon del 1895 dove espone delle idee già proposte dall'italiano Scipio Sighele; il quale, si era già occupato del tema delle folle argomento che incuteva timore alla società dell'epoca, in quanto portatrici di grandi movimenti di massa rivoluzionari.

In particolare, a Le Bon viene chiesto dal governo francese di determinare e capire i processi che guidano i comportamenti messi in atto nella folla (esempio comportamenti violenti che nella folla vengono messi in atto, ma i singoli poi non l'avrebbero fatto). Le Bon cerca di capire cosa succede in una folla: quando un aggregato di persone si ritrova in maniera temporanea è come se si sviluppasse nella folla una mente collettiva, Le Bon afferma che è come se le persone perdessero la propria mente individuale, e si sviluppa questa mente collettiva come se tutti pensassero nello stesso modo e va così a comporre una grande mente comune. Questo per Le Bon significa come perdita di individualità. Questa mente collettiva funziona in maniera primitiva e aggressivizzante, perché porta le persone ad abbandonare la razionalità, il pensiero, e a muoversi su livelli di pensiero primitivo, che mettono in atto comportamenti senza pensare alle conseguenze. Quindi la folla che è mossa da questa mente collettiva è in preda dagli istinti e emozioni più primordiali, e questo fa in modo che le persone non si sentano responsabili di quello che succede, e sviluppano un desiderio di onnipotenza "tutto è lecito e tutto è possibile", mettendo così in atto comportamenti che individualmente non avrebbero fatto.

La visione di Le Bon nei confronti delle folle è estremamente negativa. Gli elementi e meccanismi che si verificano nella folla sono: la suggestione, il contagio mentale, la ridotta responsabilità (intesa come senso di potenza).

In particolare, Le Bon, dalla **tradizione medica** trae il concetto di:

- **Suggestione ipnotica**: abbassa il livello di coscienza della persona e rende la sua mente più primitiva. Da qui il concetto di irrazionalità, emotività e primitivismo delle folle.
- **Contagio mentale**: divenne una spiegazione plausibile della forte emotività delle folle in preda all'agitazione. Non si riconoscono le norme.
- **Senso di potenza**

Dalla **criminologia** Le Bon trae il concetto di **responsabilità ridotta**: fatto che le persone nella folla vivono un senso di riduzione della responsabilità. Ciò che le persone mettono in atto nella folla per Le Bon sono comportamenti devianti, e criminali.

Le Bon sviluppa anche l'idea dell'importanza di un **capo** nelle folle. Le Bon afferma che le folle sono sempre governate in qualche modo da capi, che hanno caratteristiche precise:

- **L'affermazione**: parlano poco ma con affermazioni precise, e forti. Studiate parola per parola. La folla non ha bisogno di discorsi lunghi, ma brevi e forti.
- **La ripetizione**: le cose che vengono ripetute
- **Il contagio**: in questo modo il tutto viene contagiato da individuo a individuo

Quindi Le Bon ci dice che nelle folle ci sono capi che orientano la folla in certi obiettivi e comportamenti, in questo modo si manovra la folla.

La psicologia delle masse - Tarde

Nello stesso periodo si ha anche Tarde, che in particolare studia la psicologia delle masse (sono gli anni che si iniziano a diffondere giornali, e mezzi di comunicazione di massa). Al contrario di Le Bon Tarde sosteneva che la folla non annulla l'individuo, poiché dietro al sociale c'è l'individuo singolo.

Quindi, a differenza di Le Bon, Gabriel Tarde, altro sostenitore di questo approccio, afferma che dietro ogni fatto sociale vi è la persona e il suo contesto di vita: neanche nelle situazioni di maggior comunione di idee le differenze individuali si cancellano. Ciò non significa che le persone non si influenzino tra loro, anzi, tale processo è proprio alla base di ogni fenomeno psichico e sociale sotto forma di imitazione. Quindi Tarde e Le Bon si differenziano sulla loro concezione sulla persona, Tarde ritiene che le persone non perdano mai del tutto la loro individualità, ma interviene il fenomeno dell'imitazione che porta le persone ad imitare il comportamento prima dei capi e poi di chi gli sta intorno.

Egli sostiene che **l'imitazione** è il vero motore del mondo. Alla base della vita sociale ci sono tre cause di ordine psicologico:

- Il **desiderio**, ciò che spinge ad agire verso ciò che si crede desiderabile.
- **L'invenzione**, ovvero l'attivazione individuale del processo di desiderio, attraverso l'eredità delle generazioni e le suggestioni del contesto, che portano alla costruzione di nuove idee.
- La relazione **interpsicologia**, ovvero luogo di intersezione dei primi due punti.

Tarde osserva che se guardiamo le persone si dividono in due categorie:

- Persone che fanno riferimento all'imitazione non spiccano per competenze particolari e sono contente di avere indicazioni che le adattano al loro vivere = assorbono ciò che gli altri dicono (forma di sonnambulismo).

- Persone che hanno la capacità di invenzioni. Sono quindi persone creative, capaci di diventare coloro che hanno capacità elevate e di riconoscersi come creative e autorevoli. Sono coloro che orientano le grandi masse.

Tutto questo è possibile perché le persone nella quotidianità vivono delle relazioni, e quindi si contaminano reciprocamente. Tuttavia, non è mai una contaminazione che dimentica la persona (al contrario di quello che affermava Le Bon delle masse).

Psicologia dei popoli (Völkerpsychologie)

La psicologia dei popoli si occupa dei prodotti della cultura che derivano dall'interazione sociale. Questo approccio esprime lo spirito tedesco dell'epoca (nazionalismo e tentativo di riunire lo stato).

Il massimo esponente è **Wundt**, che distingue tra psicologia sperimentale (studio dell'individuo con metodi sperimentali) e psicologia sociale (studio dei fenomeni collettivi non indagabili sperimentalmente).

Gli assunti principali della psicologia sociale, a suo avviso, sono:

- gli esseri umani hanno una natura sociale, quindi dev'essere centrale lo studio del rapporto tra persona e comunità;
- la psicologia sociale dev'essere una disciplina storica, perché ogni fenomeno avviene in un contesto storico-culturale;
- l'oggetto di studio dev'essere il rapporto tra le persone e i prodotti della loro interazione (linguaggio, miti, costumi, ecc.).

Entrambe, la psicologia delle folle e la psicologia dei popoli usano una metodologia osservativo - interpretativa.

La psicologia dei popoli e delle folle è accomunata dall'interesse per lo studio delle grandi realtà sociali.

C'è da differenziare ciò che accade in Italia e Francia da quello che accade in Germania. In Italia e Francia l'interesse era di capire quale fosse il funzionamento delle masse quando vogliono rivendicare qualcosa; quindi, lo scopo era quello di capire come governare queste grandi folle (in quanto considerate in termini negativi perché la persona nella folla assume un comportamento "deviante"). In Germania invece, si pensa a considerare le persone che si aggregano non come una folla o massa ma come un popolo, e quindi lo psicologo serve, non per capire come funzionano le masse e folle per governare, ma serve per capire come si può promuovere, sostenere e incentivare uno spirito di popolo e di appartenenza, cioè l'idea che se le persone si sentono appartenere a un popolo condividono sogni, ideali, progetti, obiettivi, riescono a incanalare i loro desideri, il sentirsi parte risponde a quei bisogni (di affiliazione, controllo, etc.), aiuta le persone a fare i conti con la valorizzazione del me e dell'io con l'orgoglio di far parte di un popolo. In Germania quindi la prospettiva è diversa, perché lo scopo non è quello di governare tali masse, ma ha la prospettiva che considera il far parte di un popolo come un qualcosa che concilia e tiene uniti.

Wundt

Wundt è uno degli ideatori della psicologia dei popoli. Nelle sue opere dice:

- L'essere umano ha una natura intrinsecamente sociale, perché già quando si è nella pancia il bimbo interagisce con la mamma e riconosce la sua voce.
- La psicologia sociale è una disciplina storica, in quanto non può prescindere dal contesto storico socio-culturale in cui si sviluppa.
- L'oggetto della psicologia sociale è l'interazione tra le persone e i prodotti della loro interazione che a loro volta influiscono sulle menti delle persone arricchendole.

Wundt aveva distinto due diversi oggetti di interesse che sono:

- **Processi mentali elementari:** rileva le risposte fisiologiche, e questa psicologia può usare i metodi delle scienze naturali.
- **Processi mentali superiori** (pensiero, linguaggio, etc.): la psicologia dei popoli dovrebbe andare ad analizzare ciò che non si vede, ovvero quello che è determinato dal contesto sociale e culturale. Quindi la psicologia che vuole studiare questi processi mentali superiori deve trovare un metodo precluso, che tuttavia è sempre scientifico ma non può essere uguale a quello delle scienze naturali, in quanto tali processi non sono concreti e non si vedono. Quindi per misurare tali processi è necessario trovare strumenti adeguati e specifici, e questo è quello che deve fare la psicologia dei popoli, ovvero trovare il modo di studiare tali processi superiori.

Lazarus e Steinthal

Lazarus e Steinthal sono altri due autori che hanno dato un enorme contributo alla psicologia dei popoli. Vi è l'idea che vivere insieme porti le persone a avere contenuti mentali simili. Però è diverso dall'anima collettiva di Le Bon, che la considera come qualcosa di primitivo. Questi stati mentali simili non sono invece considerati come qualcosa di primitivo, ma come processi mentali superiori. Lo psicologo deve saper cogliere l'interazione delle differenze culturali e sociali tra i popoli, e dei processi psichici, e per farlo bisogna fare riferimento ai precisi contesti socio-storici (in questo modo si riesce a comprendere al meglio i dati della coscienza individuale).

La psicologia sociale in America

La psicologia dei popoli e delle folle, all'inizio del 1900 in Europa, inizia a non essere più soggetto d'interesse. Successivamente viene ritrovato l'interesse con la psicologia sociale nel nuovo continente.

Triplett (1895) è considerato il primo ricercatore di psicologia sociale ma si ricorda anche il nome di Ringelmann. In particolare, **Norman Triplett**, aveva notato, che quando gli atleti correvano in compagnia, miglioravano la loro prestazione. Triplett si è interrogato sul motivo di questo "fenomeno". Ringelmann, si era accorto, che dare un compito a una persona da svolgere da sola, faceva in modo che tale persona avesse una performance migliore rispetto a quando la medesima persona veniva messa in un gruppo per svolgere lo stesso compito, la performance peggiora. Questi due studi/fenomeni sembrano contraddirsi, ma in realtà si concentrano su due processi diversi:

- **Triplett** (1897) si focalizza sulle situazioni in cui la presenza dell'altro genera delle facilitazioni sociali.
- **Ringelmann** (1880), invece si focalizza sulla situazione in cui la prestazione dell'altro genera un'inerzia sociale.

Queste due persone non si definiscono psicologi sociali, tuttavia questi studi riguardano la psicologia sociale.

La nascita della psicologia sociale

Nel 1908, per la prima volta, vengono pubblicati due manuali: **McDougall** (psicologo) e **Ross** (sociologo), che nel titolo contengono "psicologia sociale". Questo è il momento che si attribuisce la nascita della psicologia sociale.

La psicologia sociale ha un suo specifico, per McDougall era di capire come gli istinti di una persona si regolano in una natura sociale, ovvero capire come una persona si comporta in un determinato contesto. Quindi, sosteneva che la persona doveva

essere la principale unità d'analisi della nuova disciplina. Secondo lui, gli istinti (intesi come disposizione innata, sono collegati con le emozioni e rilevabili attraverso esse. Al contrario Ross, si focalizza sul capire come le persone si relazionano con i gruppi, e capire cosa determina il funzionamento dei gruppi. Egli sottolineava, quindi, l'importanza del gruppo e dello studio dei comportamenti collettivi che, a suo parere esercitano una grossa influenza sulla persona, determinando i suoi pensieri, opinioni ma anche sentimenti e interessi. Si tratta quindi di due posizioni diverse: una concentrata sulla persona e una sui gruppi.

Nel 1924 **Allport**, offre la prima vera definizione della psicologia sociale, che è una definizione fortemente americana, egli afferma: *"non esiste una psicologia dei gruppi che non sia essenzialmente e interamente una psicologia degli individui [...] La psicologia sociale è parte della psicologia dell'individuo"*. Quindi Allport propone una psicologia sociale sperimentale, che ricalcano quelle delle scienze esatte e biologiche, e proprio per questo sposa fortemente il comportamentismo (io studio ciò che vedo, ovvero il comportamento). Per questo la matrice americana è focalizzato sulla persona nel contesto ma dimentica la dimensione grupppale.

La grande migrazione: lo sviluppo della psicologia sociale negli stati uniti degli anni 20/30 dello scorso secolo si colloca in un clima culturale caratterizzato dalla consistente ondata di immigrazione. Fu un momento cruciale per la psicologia sociale, in quanto ha portato gli psicologi sociali a riflettere sul loro ruolo sui contesti sociali e il loro ruolo rispetto a chi gestisce il potere. Durante la grande migrazione molte persone dell'est Europa, italiani, etc. migrano in America, e arrivano e si stabilizzano come comunità portando valori, che possono essere incontrato con la comunità americana; tuttavia, si tratta di gruppi che possono crescere nel tempo, e inquietano il governo americano perché non ne possono avere il completo controllo su di essi. E questo potrebbe causare problemi in quanto tali gruppi hanno cultura, visione e parlano anche una lingua diversa che può creare difficoltà a interagire con la comunità americana. In questo periodo si ha la diffusione di quella che LeBon aveva chiamato la **psicologia delle razze**. Quest'ultima aveva lo scopo di dimostrare scientificamente la differenza tra le razze. Questa è una pagina nera della psicologia sociale perché era stata messa al servizio di un'ideologia negativa, che era diventata una disciplina che validava un sistema discriminatorio e non inclusivo. Attorno alla metà degli anni 30 due eventi storici determinarono l'indirizzo che la sociologia avrebbe preso in quegli anni: la crisi del 29 e l'ascesa del nazismo in Europa.

Infatti, dal **1929**, tutto cambia (grazie, soprattutto, al caso dello stupro di una ragazza italiana da un gruppo di ragazzi americani), in quanto gli psicologi sociali promuovono un nuovo manifesto, in cui si parlava di discriminazione, pregiudizi, la convivenza tra culture diverse. Nel 1936 viene fondata la prima società di psicologia sociale che è la *Society for the Psychological Study of Social Issues* (SPSSI), e tale rivista ha come obiettivo quello di studiare il mondo reale, e i suoi problemi a partire anche dalla considerazione che con le leggi razziali (in seguito all'ascesa del nazismo) molti psicologi ebrei dovettero scappare dall'Europa e rifugiarsi negli Stati Uniti (tra questi troviamo anche Lewin).

Nel **1946-1969**: tra la fine degli anni 40 e la fine degli anni 60 la psicologia sociale visse un momento di rapida espansione. L'America negli anni 60 venne sconvolta da un'ondata di violenza, di protesta sociale, nonché, dalla guerra del Vietnam e dalle sue conseguenze. Le persone, quindi, chiedevano spiegazioni per comprendere questi fatti ma anche per produrre cambiamenti in positivo.

Infatti, questi sono gli anni in cui vengono effettuati molti esperimenti importanti; infatti, gli psicologi sociali iniziano a occuparsi di problemi molto concreti. Questi esperimenti furono effettuati in contesti sociali o riprodotti in laboratori. come:

- 1950 Adorno e la personalità autoritaria
- 1956 Asch e l'influenza del gruppo
- 1963 Milgram e l'obbedienza

La crisi e la rinascita

Negli anni 70' si ha una crisi. Innanzitutto, si diffuse sempre di più l'idea che per studiare i fenomeni sociale fosse più semplice riprodurre gli esperimenti in grandi laboratori, in quanto il stare nei contesti sociali richiedeva molto tempo per osservare i fenomeni di interesse e doveva tenere in conto di tanti variabili. Tuttavia, riprodurli nel laboratorio può causare la perdita a volte della possibilità di studiare un'interazione reale (e di poter studiare in maniera adeguata il contesto). La psicologia degli anni 70-90 fu definita, la psicologia del vuoto sociale, a causa del fatto che il rinchiudersi nei laboratori ha fatto perdere lo specifico della psicologia sociale (ovvero l'interazione tra la persona e il contesto sociale).

Un altro fattore che contribuì a questa crisi fu il fatto che molti esperimenti effettuati precedentemente si scontravano con l'eticità (a causa del fatto che causavano problemi sui partecipanti).

Quindi questi sono gli anni su cui la psicologia sociale si interroga su quale sia il proprio destino.

La crisi si risolve, a metà degli anni 80 con la convergenza tra il pensiero della psicologia sociale europea e quella americana. Quindi con la rilettura della disciplina, tenendo in conto sia della possibilità di occuparsi della persona e di riprodurre in laboratorio situazioni reali, sia con la proposta della psicologia sociale europea, che immette nella disciplina l'interesse per il gruppo, per lo studio dei contesti sociale, e l'attenzione a una validità della ricerca che sia di tipo ecologico (quindi che fa sempre riferimento alla situazione e al momento specifico).

Gli anni dell'espansione e della visione pluralista: dal 1985 a oggi

Pluralismo teorico, purché la teoria sia fondata. Vi è una prospettiva di ricerca metodologica, ciascun metodo può essere utilizzato seppur in modo diverso.

Approccio multiculturale: prima era controllata interamente dalla cultura americana (logica individualista - non adattabile ad altre culture), successivamente la psicologia sociale viene aperto alle altre culture e vengono sviluppati strumenti di misura e test adatto a culture diverse.

Sviluppo delle neuroscienze sociali: un utilizzo adeguato può aiutare la psicologia sociale a capire meglio il funzionamento della collettività.

Le neuroscienze: un recente sviluppo all'interno della psicologia sociale è quello relativo alle neuroscienze sociali: disciplina che studia come i processi neurofisiologici implementino dei processi e i comportamenti sociali. Le neuroscienze sociali hanno dunque posto tra i propri oggetti di analisi molti fenomeni come la neuro psicologia delle emozioni, neuroscienze della cognizione sociale, neuro psicologia della comunicazione, neuroscienze della decisione e dello sviluppo.

Psicologia sociale in Europa

Dopo la fine della Seconda guerra mondiale, molti psicologi europei si trovavano in America. In Europa qualche allievo di grandi studiosi che erano andati in America, inizia a riconoscersi e a definirsi come psicologo sociale, per aiutare l'Europa.

La psicologia delle folle e dei popoli, dopo una fase di espansione in tutta Europa, subirono un radicale drastico declino che li portò quasi a scomparire all'inizio del XX secolo.

Dopo la fine della Seconda Guerra Mondiale (1945), molti psicologi europei si trovavano in America. In Europa qualche allievo di grandi studiosi che erano andati in America, inizia a riconoscersi e a definirsi come psicologo sociale, per aiutare l'Europa.

Per aiutare l'Europa a rileggere ciò che accadde nella Seconda guerra mondiale, gli USA finanziano un gruppo di ricerca in cui sono rappresentate 7 nazioni europee (tra queste no Italia), e sostengono un progetto di ricerca non importante per il significato e l'oggetto di ricerca, ma per ciò che accadde intorno a tale progetto di ricerca, in quanto da questo momento gli psicologi europei incominciano a riconoscersi nella disciplina e danno vita alla *European Association of Experimental Social Psychology* (EAESP). Iniziano così a proporre una psicologia sociale che si occupa di gruppi, e come questi si relazionano e interagiscono tra loro (elementi di conflitto, convivenza, come si costruisce un'identità, etc.). Quindi l'importanza di studiare il funzionamento del gruppo il più possibile inserito in un mondo/contexto reale.

La psicologia sociale europea manifestò da subito una forte identità distintiva rispetto alla psicologia sociale nordamericana, ritenuta eccessivamente individualista. Alla costruzione di tale identità contribuirono specialmente **Henry Tajfel** e **Serge Moscovici**, i quali posero le basi per una "psicologia sociale più sociale". Le critiche rivolte alla psicologia nordamericana erano sostanzialmente due:

1. l'assunzione di una prospettiva individualista in base alla quale il comportamento sociale veniva spiegato quasi esclusivamente in riferimento a processi individuali.
2. L'assunzione di una concezione della società ingenua e astorica, intesa come semplice aggregato di individui collegati tra loro da relazioni interpersonali.

A parere di Tajfel, invece, la società ha una struttura propria che non può essere definita in base alle peculiarità delle singole persone. Moscovici sostenne che l'oggetto della psicologia sociale è rappresentato dal comportamento simbolico dei soggetti sociali, persone o gruppi. Egli propose una visione per l'aria dei fatti e delle relazioni; tale lettura si gioca su tre poli: io l'altro e l'oggetto. L'altro può essere un alter ego, ossia qualcuno simile a sé, oppure un semplice alter, ossia qualcuno differente da sé. A seconda che ci si trovi nella prima o nella seconda situazione, si possono avviare processi di confronto sociale o di riconoscimento.

La psicologia sociale di Lewin

Kurt Lewin è nato nel 1890. Il suo lavoro è stato costantemente caratterizzato dall'interesse per i problemi concreti e allo stesso tempo per i problemi di fondazione teorica, le questioni epistemologiche e la concettualizzazione matematica.

Dal punto di vista epistemologico, Lewin propose la famosa distinzione tra concezione aristotelica e concezione Galileiana della scienza. La prima si basa sull'assunto che gli eventi che si possono studiare scientificamente sono solo quelli che si ripetono con una certa frequenza e che quindi consentono di dedurre leggi stabili ed elementi comuni. Per quanto riguarda la seconda Lewin non focalizza l'attenzione sugli elementi comuni e costanti, ma piuttosto sul rapporto che intercorre tra il loro verificarsi e la presenza nell'ambiente di determinate condizioni.

La fama per lui arrivò con la *teoria di campo*, ovvero metodo di analisi delle relazioni causali tra eventi e di produzione di costrutti scientifici, orientata a fornire una comprensione scientifica dei fatti sociali. Qualsiasi comportamento avviene entro un campo psicologico e dipende dalla figurazione del campo stesso, ovvero da quello specifico momento. Il campo viene, infatti, definito come la totalità dei fatti coesistenti

nella loro interdipendenza. Le leggi del campo non derivano dalle caratteristiche dei singoli elementi presenti in esso, ma dalla configurazione globalmente considerata. A Lewin si devono altri due contributi importanti: l'analisi della *dinamica dei gruppi* e la focalizzazione sulla *ricerca-azione*. Per lui il gruppo è una totalità dinamica connotata dall'interdipendenza dei membri. È un'unità in grado di esprimere comportamenti e valori culturali diversi da quelli dei singoli membri. Esso non è né più nemmeno la somma delle parti: è qualcosa di diverso.

Persona o individuo

Il termine persona fa riferimento a un soggetto morale capace di pensiero libero e dotato di pensieri, credenze e valori unici che si costruisce in interazione e relazione con il sociale. Il termine individuo invece rimanda all'idea di un soggetto contenuto nel proprio spazio psicologico, separato dalla realtà materiale e dagli altri individui.

CAPITOLO 2: METODI DI RICERCA PER LA PSICOLOGIA SOCIALE

Gli psicologi sociali per formulare le loro ipotesi e darsi le loro risposte utilizzano il metodo scientifico la questione cruciale della psicologia sociale è l'inter soggettività intesa come le relazioni tra le persone, tra i gruppi e tra la persona e il contesto sociale in cui è inserita. La ricerca, innanzitutto parte dal desiderio del ricercatore di capire il perché di quello che accade intorno a lui; Il secondo passo che egli compie consiste nell'andare a vedere se la letteratura ha già una risposta per il suo interrogativo; In seguito, si rivolge alla comunità scientifica attraverso la consultazione della bibliografia prodotta sull'argomento per raccogliere quanto è stato già detto rispetto al suo oggetto di indagine. Possiamo considerare la ricerca scientifica come un'azione sociale che si attua all'interno della comunità scientifica.

TEORIA E IPOTESI DI RICERCA: IL PUNTO DI PARTENZA

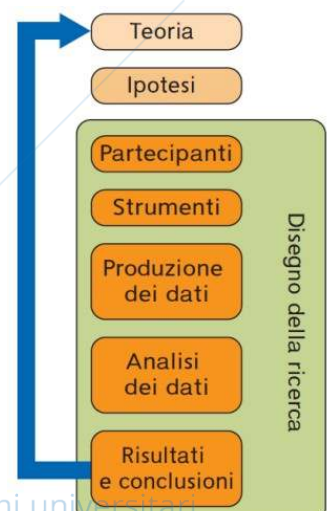
La psicologia sociale è una scienza che studia come persone e gruppi interagiscono e si influenzano, e in quanto tale ha un metodo scientifico. Infatti, la psicologia sociale ha elaborato e verificato teorie che consentono di comprendere quello che accade intorno a noi. Le spiegazioni dei fenomeni sociali sono organizzate in teorie.

La teoria può essere definita come un insieme di principi che spiegano e predicono degli eventi osservati. Una teoria nasce da domande che ci si pongono. Queste domande se le pongono anche le persone comuni, però la differenza è che una volta che si hanno delle risposte gli scienziati sociali indagano se tali risposte/spiegazioni siano veritiere o no, mentre le persone comuni non vanno oltre. Quindi la differenza principale il metodo in cui si trovano le risposte, in particolare. In metodologia della ricerca si parla a questo proposito del ciclo della ricerca.

Il ciclo della ricerca

Si può chiamare anche orologio della ricerca. Si tratta di un processo che accumuna i ricercatori di tutto il mondo e che fatto da step e passaggi imprescindibili che conferiscono rigore al metodo. Tale ciclo della ricerca è quindi il modo in cui un ricercatore o psicologo, dà risposta alle proprie curiosità. Infatti, una ricerca parte da una curiosità. La curiosità porta alla ricerca di *teorie esistenti*, o di mie teorie che devono essere testate.

11



Le operazioni di ricerca sono una serie di scelte a carico del ricercatore che derivano dalla mia ipotesi di ricerca (non esiste uno strumento migliore di un altro, ma esistono strumenti che meglio di altri rispondono alla mia ipotesi). Prima domanda che mi pongo: *con quali mezzi e strumenti porto avanti la mia ipotesi?* Il ricercatore deve scegliere quali strumenti per questo tipo di ipotesi risponde meglio degli altri all'ipotesi formulata. In base allo strumento scelto ottengono dei dati, che vanno analizzati.

La ricerca si conclude poi con un risultato/conclusione che può essere coerente o meno con l'ipotesi. Tale risultato non è mai definitivo perché darà e deve dare sempre avvio a spunti per nuove ricerche (per questo si dice ciclo della ricerca). Tutte le ricerche e teorie psicologiche si sono imbattute in questo processo.

costrutti: sono concetti astratti che noi vogliamo indagare. (esempio: misurare la leadership di un gruppo). Si misurano tali costrutti andando a concretizzare l'astrazione del costrutto (esempio: somministro un questionario al leader del gruppo, oppure osservare come funziona quel gruppo). Il modo in cui si concretizza il concetto stratto è **variabile** (perché può essere misurato in molti modi e assume valori diversi in base alla domanda che si pone e chi risponde).

Variabile: qualsiasi caratteristica (fisica o psichica) del soggetto che può assumere valori diversi in un dato intervallo e che varia da individuo a individuo.

La psicologia sociale può utilizzare diversi strumenti, che può essere: osservazione, intervista, questionario. Ognuno di questi strumenti considera al suo interno delle variabili (esempio: il questionario è uno strumento che contiene all'interno delle variabili, che sarebbero le domande).

Le spiegazioni dei fenomeni sociali sono organizzate in **teorie**, che sono un insieme di principi che spiegano e predicono gli eventi osservati. Nella scienza il processo di verifica della teoria equivale al processo della ricerca, quest'ultima è un processo attraverso il quale il ricercatore trova delle risposte alle domande che hanno messo in moto la ricerca stessa e che generano a loro volta delle nuove domande.

Quindi una buona teoria:

- Sintetizza un buon numero di osservazioni.
- Formula chiare **ipotesi** (= una proposizione testabile che descrive una relazione che potrebbe esistere tra gli eventi) che possono essere utilizzate per:
 - a. Confermare o modificare la teoria;
 - b. Generare nuove vie di indagine;
 - c. Suggestire implicazioni pratiche

LA VALIDITÀ DELLA RICERCA (pag. 35)

Una ricerca è valida quando il ricercatore è sufficientemente certo delle conclusioni a cui essa giunge, esistono diversi tipi di validità ovvero una migliore approssimazione disponibile alla verità o falsità delle proposizioni relative alle conclusioni tratte da una ricerca. La validità della ricerca dipende dal grado di controllo (qualsiasi procedimento atto a neutralizzare o tenere sotto controllo le potenziali minacce alla validità) che il ricercatore ha attuato nelle diverse fasi della ricerca stessa. Possiamo dire che l'obiettivo della ricerca scientifica è giungere a risultati sufficientemente validi, consapevoli del fatto che tenere sotto controllo tutti i possibili fattori di disturbo è impossibile.

LA FINALITÀ DELLA RICERCA

Le ricerche scientifiche possono avere diverse finalità (a volte anche più finalità in una ricerca). Tra queste possono essere:

- **La descrizione** di un fenomeno.
- **La predizione** di un fenomeno ricavata tra le associazioni fra gli eventi/variabili. In questo caso non si sa quale sia la variabile che influenza l'altra.
- **Comprendere** identificando le cause di un fenomeno.

Comprendere le logiche della ricerca scientifica aiuta a capire perché gli psicologi sociali hanno messo a punto congegni di ricerca creativi/sofisticati dal punto di vista delle procedure.

Le ricerche correlazionali

Le **ricerche correlazionali** si occupano d'indagare i legami tra due o più variabili: la correlazione indica una relazione tra due variabili che non implica necessariamente che la prima variabile causi la seconda o viceversa, la relazione può non essere un legame di causa effetto.

[ESEMPIO: Tumin (1958) ha misurato il livello d'istruzione e il grado di pregiudizio verso gli afroamericani e ha trovato una correlazione negativa: più le persone sono istruite minore è il loro livello di pregiudizio].

Le relazioni consentono al ricercatore di fare una predizione (ipotesi) di causa ma non permettono di indicare se il cambiamento di una data variabile possa influire sul cambiamento di un'altra. Il vantaggio delle ricerche correlazionali è che consentono di indagare i legami fra le varie variabili nel mondo reale e di considerare variabili quali il genere, l'età e lo status sociale che non possono essere manipolate dal ricercatore.

La difficoltà a isolare la causa e l'effetto di un determinato evento in contesti naturali ha indotto gli psicologi sociali a creare in laboratorio simulazioni della vita quotidiana quando ciò era ragionevole ed etico. Gli psicologi sociali occupandosi d'interdipendenza e relazioni fra persone e gruppi, incontrano un maggior numero di difficoltà a condurre le **ricerche sperimentali** perché le variabili intervenienti possono essere numerosissime e non sempre controllabili.

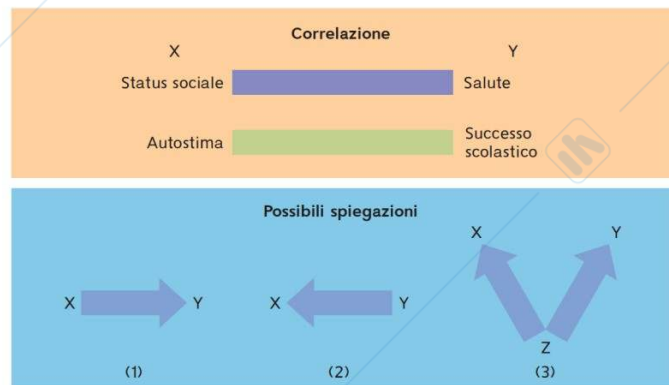


FIGURA 2.2 ■ Correlazione e causa.

Quando due variabili sono correlate, ogni combinazione delle tre spiegazioni è possibile: la variabile X causa Y (1), la variabile Y causa X (2), entrambe sono influenzate da un terzo fattore, Z (3).

La ricerca sperimentale indaga le relazioni di causa effetto su una o più variabili dipendenti manipolando uno o più fattori ovvero le variabili indipendenti e controllando gli altri.

Ciò che gli psicologi sociali cercano nei loro esperimenti non è tanto il realismo mondano, ovvero il grado in cui un esperimento è simile superficialmente alle situazioni quotidiane, quanto il **realismo sperimentale** ovvero il grado in cui un esperimento assorbe e coinvolge i partecipanti. L'esperimento deve essere caratterizzato da realismo, cioè deve coinvolgere i soggetti così come li coinvolgerebbe la realtà. Nelle ricerche sperimentali i ricercatori alterano le possibili variabili indipendenti, ovvero il fattore sperimentale che viene manipolato dal ricercatore, e verificano che cosa succede nelle variabili dipendenti. Gli esperimenti si caratterizzano per la presenza di una o più variabili indipendenti manipolate dal ricercatore e l'assegnazione casuale alle varie condizioni sperimentali,

l'assegnazione casuale è il processo nel quale ogni persona ha la stessa probabilità di essere assegnata a una certa condizione di un esperimento. Infine, consente di imputare ogni differenza riscontrata nella variabile dipendente alla manipolazione della variabile indipendente (la variabile che viene misurata, chiamata così perché i suoi valori potrebbero dipendere dalle manipolazioni della variabile indipendente).

CAMPO O LABORATORIO

I ricercatori sono spesso davanti a un bivio quando si tratta di scegliere la strategia di ricerca più consona per rispondere alle proprie domande di ricerca: ricerca sul campo o di laboratorio?

La ricerca sul campo è ricerca compiuta in un setting naturale di vita reale, fuori dal laboratorio.

La prima differenza tra campo e laboratorio è:

- **Rilevazione su campo**, il fenomeno che si vuole indagare può anche non avvenire o richiedere molto tempo. Ci sono poi molte variabili intervenienti.
- **Rilevazione in laboratorio**, questo è più controllato quindi si possono controllare le variabili che potrebbero influenzare i risultati. Tuttavia, si perde la validità ecologica, ovvero la spontaneità di ciò che avviene sul campo.

Un'altra differenza riguarda la presenza di un minore o maggiore controllo sulle variabili. Un'altra differenza riguarda il tipo di validità della ricerca, ovvero una ricerca è valida quando si approssima sufficientemente bene alla realtà.

Ci sono due tipi di validità diversi: esterna e interna: -

- La validità esterna è quella legata alla generalizzabilità dei risultati a individui e contesti diversi da quelli oggetto della ricerca.
- La validità interna, invece, garantisce il legame di causa tra variabile indipendente e variabile dipendente; in altre parole, una ricerca è valida interamente quando è possibile affermare che la modifica della variabile dipendente sia dovuta esclusivamente alla modifica della variabile indipendente e non ad altre variabili.

I ricercatori di psicologia sociale sono chiamati a integrare queste due strategie di ricerca: c'è un continuo rimando dal laboratorio alla ricerca sul campo e viceversa. Infatti, spesso si hanno ricerche in cui i ricercatori iniziano osservando un fenomeno sul campo e poi lo riproducono in laboratorio.

STRUMENTI PER LA RICERCA

Un'ulteriore diversità tra una ricerca e l'altra è data dal tipo di strumenti utilizzati per raccogliere i dati: il questionario, l'intervista e l'osservazione possono essere utilizzati sia nelle ricerche sul campo sia in quelle di laboratorio.

1. **L'OSSERVAZIONE**: strumento di registrazione dei comportamenti che vengono codificati attraverso categorie. L'osservazione consente la registrazione del comportamento. Quando si conduce un servizio bisogna prestare la massima attenzione a essere selettivi e ad aver ben presente le scelte da fare. Per quanto riguarda il dove osservare, occorre sapere se il contesto nel quale si applicherà questo strumento è naturale o di laboratorio. Relativamente a chi osserva possiamo distinguere fra un'osservazione naturalistica e una partecipante: nel primo caso l'osservatore è esterno, mentre, nel secondo caso, l'osservatore è pienamente coinvolto in ciò che avviene, lo influenza e ne viene influenzato. Il come e il cosa osservare sono complessi perché bisogna decidere il numero delle sedute osservative, la loro durata, il tipo di relazione e l'unità di tempo. Esiste, ad esempio, una rilevazione continua o una rilevazione a

intervalli, occorre anche scegliere tra categorie molarì o molecolari: nel primo caso si tratta di comportamenti che hanno una durata con un inizio e una fine; nel secondo caso i comportamenti molecolari sono, invece, dei comportamenti che durano pochi secondi.

2. **L'INTERVISTA:** strumento basato sulla relazione tra intervistatore e intervistato con l'obiettivo di rilevare le opinioni e gli atteggiamenti dell'intervistato. È uno strumento di raccolta dei dati che consente di conoscere l'opinione delle persone relativamente a diverse tematiche. Un aspetto fondamentale dell'intervista riguarda la relazione che si viene a instaurare tra l'intervistatore e l'intervistato. Solitamente vengono distinte le interviste non strutturate e le interviste semi strutturate o strutturate: nelle prime non sono definite le domande, ma l'intervistato è chiamato a esprimere le sue opinioni e riflessioni sul tema; nel secondo caso l'intervista semi strutturata o strutturata prevede, invece, una serie di domande prestabilite che vengono poste dall'intervistatore secondo un ordine a sua discrezione, nel primo caso, o stabilito, nel secondo caso.
3. **IL QUESTIONARIO:** strumento altamente strutturato in grado di quantificare gli atteggiamenti, le opinioni e i pensieri delle persone su un dato argomento. Il questionario è lo strumento caratterizzato dal grado di strutturazione maggiore, è composto da domande standard che vengono poste al soggetto in un ordine preciso e prestabilito, uguale per tutti i soggetti. Le risposte alle domande possono essere già codificate o aperte: Nel primo caso il soggetto è chiamato a scegliere tra le alternative proposte, mentre nel secondo caso può esprimere liberamente la propria opinione. Occorre formulare domande chiare, evitando di utilizzare doppie negazioni e di porre domande che contengano più di una richiesta per volta. Oltre alla standardizzazione delle domande, quando si utilizzano domande chiuse si deve prestare attenzione anche a quelle risposte. I soggetti sono costretti a utilizzare le modalità di risposta fissati in precedenza dal ricercatore e queste devono essere uguali per tutti tali risposte possono essere dicotomiche, unipolari o bipolari. Infine, è importante tenere conto della desiderabilità sociale. Spesso le persone quando rispondono ai questionari, sono portate a rispondere non tanto basandosi sulle proprie esperienze, ma cercando di dare un'immagine positiva di sé al ricercatore.

RELAZIONE TRA RICERCATORE E PARTECIPANTE

Per controllare l'influenza del ricercatore, gli psicologi sociali hanno fatto ampiamente uso dei confederati: persone non implicate direttamente nella progettazione della ricerca e che interpretano il ruolo assegnato loro dai ricercatori. La relazione che si viene instaurare fra soggetto e confederato è oggetto della ricerca stessa.

L' ETICA

Per progettare le loro ricerche; gli psicologi sociali; fanno spesso uso di storie di copertura o dell'inganno, ad esempio, quando i partecipanti sono disinformati o ingannati sui metodi e gli obiettivi dello studio: si fa a credere alle persone di partecipare a un esperimento che ha delle finalità differenti da quelle reali. L'inganno consente di ottenere il realismo sperimentale permettendo al ricercatore di riprodurre in laboratorio il processo oggetto della ricerca.

L'etica della ricerca: bisogna avere un consenso informato, ovvero bisogna fornire ai soggetti tutta una serie di informazioni in modo che possano essere consapevoli se partecipare o meno alla ricerca. I soggetti, quindi, non possono essere tenuti all'oscuro dello scopo dell'esperimento.

In alcuni casi si può dire la tematica in generale essendo meno trasparenti su quale sia l'obiettivo specifico, questo può essere fatto solo se il comitato etico approva. In questi casi quindi si possono omettere delle informazioni, a patto che alla fine si riveli ai soggetti l'obiettivo specifico della ricerca (questo viene definito **Debriefing**).

Le ricerche possono sollevare anche interrogativi di natura etica. A questo proposito in Italia, dal 1995, esiste un codice etico della ricerca proposto dall'Associazione Italiana di Psicologia (AIP) i cui tre principi generali possono essere riassunti in tre parole: competenza, integrità e responsabilità sociale.

Il ricercatore dovrebbe essere professionalmente preparato a fornire tutte le informazioni e le spiegazioni affinché le persone lascino l'esperimento sentendosi bene, almeno quanto si sentivano prima dell'esperimento stesso.

[viene fatto riferimento all'esperimento di Zimbardo: la prigione di Stanford]

Modelli esplicativi

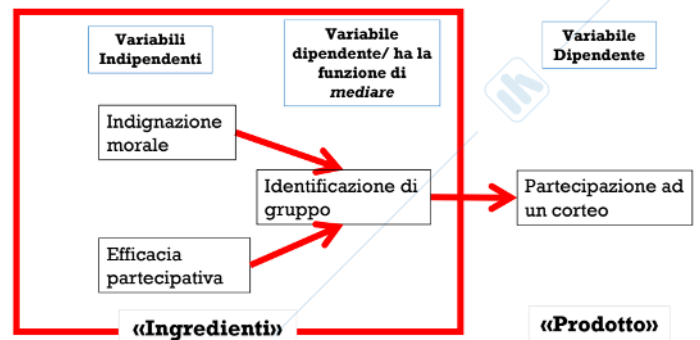
I modelli sono insieme di costrutti misurati da variabili che sono tra di loro in relazioni. Ci sono variabili indipendenti cercano di spiegare una variabile dipendente.

Esempio: indagare perché le persone decidono di partecipare o meno a un corteo

Indignazione morale = indignazione o rabbia per ciò che si ritiene moralmente ingiusto.

Efficacia partecipativa = la percezione che le persone hanno che la propria azione di partecipazione possa produrre un effetto.

Identificazione di gruppo = quanto una persona si sente parte di uno specifico gruppo sociale.



Queste sono variabili che portano una persona a partecipare in questo caso, a partecipare a un evento pubblico (corteo).

È importante osservare che le tre variabili non sono poste allo stesso livello. Questo perché l'efficacia partecipativa e l'indignazione morale senza l'identificazione di gruppo non bastano a far sì che le persone decidano di partecipare a un corteo.

Infatti, l'indignazione morale e l'efficacia partecipativa influenzano/possono produrre l'identificazione di gruppo, che a sua volta influenza la partecipazione ad un corteo. Quindi l'identificazione di gruppo è il risultato dell'indignazione morale e dell'efficacia partecipativa.

CAPITOLO 3: IL SÉ IN UN MONDO SOCIALE

RIFLETTORI E ILLUSIONI

Spesso abbiamo timore del giudizio che le altre persone hanno su di noi, questo causa due fenomeni:

- **Effetto Spotlight** → convinzione che gli altri prestino più attenzione al nostro aspetto e al nostro comportamento di quanto non lo facciano in realtà.
 - **Illusione di trasparenza** → illusione che porta una persona a ritenere che le proprie emozioni nascoste affiorino e possano essere facilmente lette dagli altri.
- Questi sono due fenomeni che ci dicono quanto noi teniamo al nostro sé e di quanto gli altri entrano a far parte di questo processo di importanza che attribuiamo a noi stessi.

IL CONCETTO DI SÉ: CHI SONO IO?

Il concetto di sé è la risposta di una persona alla domanda “chi sono?”.

Le componenti del concetto di sé sono tre:

- **Schemi di sé** → questi sono gli attributi che si agganciano alla frase io sono. Sono quindi quelle convinzioni in base alle quali noi definiamo noi stessi. Queste sono nostre convinzioni noi, ed è come noi crediamo di essere e quindi come noi ci percepiamo. Sono anche strutture affettive, perché in quegli aspetti c'è anche il piacere o meno di una determinata caratteristica e il sentirsi a suo agio o meno con essa. Alcuni schemi di sé si modificano nel tempo, altri invece rimangono costanti per tutta la vita. Una volta che si fissano nella nostra memoria rimangono stabili.
- **Sé possibili** → quando noi definiamo noi stessi c'è sempre anche un sé che è probabile che noi diventeremo, o che desideriamo. Può essere anche un sé riguardo un futuro temuto.
- **Effetto autoreferenziale** → il sé influenza anche la nostra memoria. In particolare, è quando l'informazione è pertinente con il concetto di sé, la si elabora rapidamente e la si ricorda senza difficoltà. Quindi tendenzialmente le persone si ricordano meglio quello che fanno e dicono loro stessi piuttosto che quello che fanno gli altri.

Il senso che si ha del proprio sé orchestra e organizza i pensieri e non solo; consente di sviluppare un comportamento adattivo. rende possibile la pianificazione a lungo termine e la definizione degli obiettivi. Il concetto di sé include non solo gli schemi di sé incentrati su chi si è qui e ora ma è anche su chi si potrebbe diventare, ossia sui sé possibili: immagini di ciò che si desidera o si teme di diventare in futuro. Markus e Nurius notano che i sé possibili includono le concezioni del sé che si sognano ma anche ciò che temiamo di diventare.

Lo sviluppo del sé sociale

Ci sono sette principali fattori (o fonti sociali) che determinano il nostro sé. Questi sono:

1. **I ruoli che si assumono** → sono un insieme di norme/aspettative che definiscono come gli altri si aspettano che noi ci dobbiamo comportare in una determinata situazione. A seconda del ruolo che si assume si hanno dei comportamenti differenti.

Esperimento di Zimbardo: si chiede se un ruolo casualmente attribuito possa cambiare il comportamento di una persona. Lui sceglie dei soggetti e fa dare a ognuno un ruolo o di carcerato o di poliziotto. Con il passare del tempo le persone assumono sempre di più all'interno del proprio sé quel ruolo, e arrivano a comportarsi in maniera sempre più coerente con quel ruolo. Per esempio, i poliziotti diventano sempre più precisi a riprendere i detenuti, e quest'ultimi iniziano mettere atto comportamenti tipici dei detenuti. Tale esperimento è stato interrotto prima del dovuto perché la situazione stava degenerando. Quindi da questo esperimento è stato ricavato che i ruoli che ci vengono dati dall'esterno

sono in grado di guidare il nostro comportamento.

Complessità de sé: ognuno di noi ricopre diversi e più ruoli. Ci sono diversi fattori che coesistono nel concetto del nostro sé, e per ognuno di questi fattori noi assumiamo un ruolo. Ci possono essere due tipi di complessità:

- Scarsa → quando le persone hanno aspetti del sé simili tra loro.
- Elevata → quando le persone hanno molteplici e indipendenti aspetti del sé.

2. Le identità sociali che le persone si creano → è quella parte del concetto del sé che risponde alla domanda “chi sono io?” in termini di appartenenza di gruppo. Il concetto di sé racchiude un'identità personale, ma anche l'identità sociale. Quindi i concetti di sé sono fatti sia da un'identità personale sia da un'identità sociale. L'appartenenza a un gruppo sociale è un'appartenenza anche emotiva e quindi connotazione affettiva (per esempio l'orgoglio e l'effetto di quel ruolo). Quindi si tratta di quella parte dell'immagine di sé che deriva dalla consapevolezza di appartenere ad un gruppo sociale (o più di uno) unita al valore e al significato emotivo attribuito a tale appartenenza (Tajefel 1981).

Tajefel è un po' il padre dell'identità sociale. L'appartenenza al gruppo non è solo cognitiva, ma anche emozionale; noi apparteniamo sempre a più gruppi anche se non sempre sono salienti (io appartengo al gruppo di studenti di psicologia, sono maschio, giovane, italiano, fratello ecc.).

Ci sono determinate condizioni in cui la nostra identità sociale è esaltato; quando un gruppo ha poche persone al suo interno significa che è un gruppo saliente, questo significa che emerge di più, che siamo i pochi rappresentati all'interno di un gruppo. Ognuno percepisce una appartenenza più o meno forte rispetto ad un determinato gruppo anche in base alle proprie caratteristiche soggettive. Definirsi sensibile, disponibile, misterioso sono tutte caratteristiche che non rimandano a un gruppo, l'identità sociale è la risposta alla domanda “chi sono io?” con però l'appartenenza ad un gruppo.

Il nostro **concetto di sé = identità personale + identità sociale**

Noi saremo per sempre figli, sarà una costante, in alcune fasi questo aspetto emergerà di più, in altri di meno, probabilmente noi adesso ci definiamo più come studente che come figlio, anche se lo siamo lo stesso.

→ quindi il concetto di sé non include solo l'identità personale ma anche l'identità sociale.

3. I confronti sociali (con le altre persone) → valutazione delle proprie capacità e opinioni mediante il confronto fra sé e gli altri. Quindi noi capiamo chi siamo in base a come si comportano gli altri rispetto a noi. Mi faccio un'idea di com'è una mia caratteristica guardando gli altri.

Teoria del confronto sociale: Leon Festinger nel 1954 sviluppa la teoria del confronto sociale nella quale sostiene che quando le persone sono incerte in merito alle proprie abilità o opinioni valutano se stesse attraverso confronti con altri simili. Coloro che ci circondano ci aiutano a definire gli standard in base ai quali ci definiamo. Quindi secondo tale teoria le persone apprendono e valutano le proprie qualità personali confrontandosi con altre persone simili a te quando sono in certe in merito alle proprie abilità e opinioni. Salendo lungo la scala del successo, si tende a guardare in alto e non in basso, paragonandosi con coloro che si trovano sopra di sé. A volte per preservare la nostra autostima ci confrontavamo con persone che riteniamo inferiori a noi.

Il confronto sociale ci aiuta a costruire un concetto di noi stessi che dà a ciascuno di noi l'intesa sensazione di essere unico e distinguibile.

4. I successi e i fallimenti → Le esperienze quotidiane definiscono anche chi noi siamo; es. se sto seguendo un corso e continuo a dare esami e nonostante il cambio di studio ecc probabilmente mi verrà il dubbio che quella non sia la mia strada.

Le persone apprendono e valutano le proprie qualità personali dai risultati conseguiti in un determinato compito.

Il concetto di sé è alimentato anche dalle esperienze quotidiane; infatti, le persone apprendono e valutano le proprie qualità personali da risultati conseguiti in un determinato compito.

Fare del proprio meglio riscuotere successo si traduce in una sensazione di maggiore fiducia in se stessi e in un senso di capacità e potere. I sentimenti seguono la realtà. Una scarsa autostima talvolta a causa di qualche problema. Se messi a confronto con persone con una bassa autostima, le persone che hanno un solido senso del proprio valore sono più felici ma come vedremo, tuttavia, altri autori sostengono che è altrettanto vero l'opposto: problemi e fallimenti possono portare una persona a sviluppare una scarsa autostima.

→ quindi i successi e gli insuccessi contribuiscono a costruire il nostro sé. Infatti, se io ho molti insuccessi avrò un'idea del mio sé un po' negativa.

5. I giudizi degli altri → il giudizio degli altri influisce moltissimo sul giudizio che io ho del mio sé. Il modo in cui gli altri ci percepiscono e, ancora di più, l'idea che noi abbiamo del modo in cui gli altri ci percepiscono influenza il modo in cui noi pensiamo di noi stessi (quindi il fatto che gli altri abbiano una buona opinione di noi aiuta a pensare bene di noi stessi).

Nella descrizione del sé riflesso, il sociologo **Cooley** nel 1902 ha proposto il concetto di **rispecchiamento**: il modo in cui le persone pensano di essere percepite dagli altri viene utilizzato come una sorta di specchio per percepire sé stessi. L'importante non è più quello che gli altri pensano di noi, ma l'importante è quello che noi pensiamo a quello che altri (inteso come persone significative) pensino di noi. In genere le persone si sentono più libere di lodare che di criticare. L'immagine sproporzionata del sé (auto enfaticazione), si ritrova in modo decisamente più marcato nelle culture occidentali.

6. La cultura dominante → la cultura in cui noi nasciamo e cresciamo influenzano il nostro sé, anche se non sempre consideriamo l'influenza culturale. Ci sono due tipi di culture dominanti:

- **Cultura occidentale**: è caratterizzata da individualismo, concetto che prevede l'assegnazione della priorità ai propri obiettivi rispetto a quelli del gruppo e alla definizione della propria identità in termini di attributi personali invece che di identificazioni di gruppo.
- **Cultura orientale**: è caratterizzata dal collettivismo, quindi la tendenza ad assegnare priorità agli obiettivi del proprio gruppo di appartenenza e a definire la propria identità in base a esso.

Nisbett e Takahido Masuda concludono da diversi studi che le persone dell'Asia orientale pensano in modo più olistico, ovvero percependo e pensando a oggetti e persone in reciproca relazione e in relazione con l'ambiente che li circonda.

Cultura e cognizione → lo psicologo sociale **Nisbett** sostiene che il collettivismo sia il risultato di diversi modi di pensare. Con un sé interdipendente, la persona possiede un senso di appartenenza più spiccato: Sradicati e allontanati da famiglia, colleghi e amici leali, le persone interdipendenti finiscono con il perdere i collegamenti sociali che definiscono chi loro siano: non hanno un solo sì ma

molteplici. L'obiettivo della vita sociale non è tanto di potenziare il sé individuale quanto di armonizzarsi con le proprie comunità di appartenenza, sostenendole.

Cultura e autostima → l'autostima, nelle culture collettiviste, tende a essere strettamente correlata a ciò che gli altri pensano di me e del mio gruppo, di conseguenza il concetto di sé è malleabile piuttosto che stabile. Per le persone che appartengono a culture individualiste, l'autostima è invece più personale e meno relazionale. Se la nostra identità personale viene minacciata, ci sentiamo più arrabbiati e scontrosi che se a essere minacciata fosse la nostra identità collettiva, le persone che appartengono a paesi individualisti, quindi, tendono a persistere quando hanno successo, dal momento che il successo innalza la loro autostima. Gli individualisti occidentali amano fare i confronti con gli altri in grado di incrementare la loro autostima al contrario dei collettivisti asiatici che fanno paragoni in modo da favorire un miglioramento del sé spesso orientati verso l'alto e diretti a coloro che fanno meglio.

7. I propri comportamenti → l'osservazione del nostro comportamento è un altro processo che determina il concetto del nostro sé. Per esempio, in situazioni ambigue non sappiamo cosa pensiamo, ma agiamo.

Teoria dell'autopercezione (Bem, 1972) → in presenza di indizi deboli o ambigui, le inferenze (giudizi) sui propri atteggiamenti vengono tratte dai propri comportamenti; spesso scelti liberamente e guidati da motivazione intrinseca "faccio quello che voglio fare anziché quello che devo fare".

Il sé e l'identità

Collegati tra di loro in modo stretto perché tutte le conoscenze che abbiamo riguardo al noi si organizzano all'interno dell'identità in modo tale che quest'ultima possa accentrarne una continuità temporale.

1. Sentimento d'identità: composto da due dimensioni:

- **Dimensione Temporale:** l'esperienza che la persona vive circa la continuità nel tempo e nello spazio del proprio Sé.
- **Dimensione dell'Azione:** la possibilità di intervenire sull'ambiente e sugli avvenimenti in ogni momento.

Ed è costituito da due sentimenti:

- Il sentimento della differenza: esprime il riconoscimento che una persona ha di essere diversa dalle altre persone.
- Il sentimento dell'unità: fa riferimento alla coerenza e alla stabilità dell'immagine di sé che una persona ha nello spazio e nel tempo. Tale idea di coerenza e stabilità è come una linea continua che ogni persona traccia per collegare i diversi atteggiamenti e le diverse parti che recitano nel proprio life-space (ambienti di vita).

2. La dimensione sociale e personale dell'identità : composto da due processi fondamentali per la costruzione dell'identità:

- Differenziazione:
 - Imposizione del nome: per individuare il neonato in quanto singolo.

- Diversamente strutturati: in base a culture più o meno individualistiche o collettivistiche
- Appartenenza:
 - Per nascita (categorie sociali): imposto alla persona e il processo per uscirne può implicare costi importanti nella costituzione dell'identità.
 - Per scelta (gruppi sociali): cambiano relazione a specifici momenti dello sviluppo

AUTOSTIMA

L'autostima è il giudizio/la valutazione che ognuno di noi dà al proprio sé. L'autostima è un atteggiamento, in quanto l'atteggiamento è un giudizio. Ognuno può avere un'autostima più o meno elevata, tendenzialmente si ha una buona autostima di noi. Proprio per questo motivo l'autostima è considerata un indicatore di benessere, in quanto è un fattore protettivo del nostro sé. Il fatto di avere una buona autostima influenza il modo in cui noi percepiamo e viviamo le nostre esperienze di vita quotidiana. L'autostima correla ad altri costrutti come l'ottimismo. Nelle culture collettiviste l'autostima è strettamente collegata a ciò che gli altri pensano di me, al contrario nelle culture individualiste è più collegata ai successi e insuccessi personali.

La scala di Rosenberg (1965) → è una scala ideata da Rosenberg, ed è ancora oggi molto utilizzato per indagare l'autostima, ed è uno strumento affidabile.

Le guide del sé (Tory Higgins)

Secondo Higgins, Ciascuno di noi valuta sé stesso e sé stessa sulla base di canoni interiori che possono essere ideali (come noi vogliamo essere) o imperativi (come noi ...) e chiama questi canoni guide del sé (sono canoni interiori a cui cerchiamo di arrivare). In particolare, Higgins dice che in ciascuno di noi ci sono 3 sé.

- Un sé reale → come io sento di essere
- Un sé ideale → la persona che noi vorremmo essere
- Un sé imperativo → la persona che noi sentiamo di dover essere. Deriva dallo sguardo che gli altri hanno di noi.

Teoria della discrepanza (Higgins, 1987) → Lui parla di autostima con il sé, perché secondo lui l'autostima nasce dalla discrepanza tra il sé reale e le altre due guide del sé. Se il mio sé reale e ideale/imperativo coincidono sono quello che vorrei essere e quindi la mia autostima sarà alta. Al contrario, se il mio sé reale e quello ideale/imperativo non coincidono la mia autostima ne risente, perché sono diverso da come vorrei essere, e quindi tendenzialmente provo desideri di delusione e tristezza, o anche sentimenti di colpa e di imbarazzo.

Motivazione all'autostima

Di fronte a un fallimento, le persone dotate di una solida autostima sostengono il valore del proprio sé percependo gli altri come falliti ed esagerando la propria superiorità sugli altri. Tesser nel 1988 studiò gli attriti tra fratelli e sorelle, sostenendo che il fatto che gli altri hanno percepito uno dei due come il più capace rispetto all'altro costituisca una motivazione per il meno capace ad agire in modo da mantenere alta la propria autostima e ritiene anche che la minaccia l'autostima sia maggiore nel caso di un figlio maggiore con un fratello più giovane e più dotato. Nel suo **modello di costanza dell'autovalutazione**, Tesser sostiene che le reazioni che si possono avere in questi casi dipendono da due fattori: vicinanza con l'altra persona e importanza che ha l'attributo di confronto per noi. A volte vogliamo brillare di luce riflessa quando questa luce circonda una persona cara; altre volte invece lo

splendore delle sue imprese illumina in maniera troppo vivida e dolorosa. I diversi livelli di autostima che hanno le persone possono portare a reazioni differenti nei casi di minaccia alla propria autostima.

C'è chi sostiene che l'autostima è definita dal grado di sovrapposizione o di scarto tra come ci si vede e come ci si vorrebbe vedere. Si parla di Guida del sé per riferirsi ai canoni personali verso cui si tende a conformarsi.

Autoconsapevolezza (self-awareness) → Uno stato transitorio in cui noi siamo focalizzati su noi stessi. L'autoconsapevolezza è data quindi in quei momenti in cui siamo particolarmente concentrati su di noi. In queste occasioni le nostre guide del sé sono particolarmente rilevanti e pressanti. In particolare, andiamo a confrontare il nostro sé reale con il nostro sé ideale.

Può essere un'autoconsapevolezza può essere privata: ossia la tendenza intimistica all'introspezione. oppure un'autoconsapevolezza pubblica: ossia la tendenza a riflettere molto sulla propria immagine pubblica. L'autoconsapevolezza privata e pubblica sono due tratti distinti: chiaro un alto livello dell'una, tendenzialmente, a un basso livello dell'altra.

Il lato oscuro dell'autostima

Le persone con una bassa autostima hanno spesso problemi nella loro vita infatti, ad esempio, un giovane che sviluppa un'alta autostima, in seguito minacciata o sgonfiata da un rifiuto sociale, e potenzialmente pericoloso. C'è chi ritiene che coloro che possiedono un'alta opinione di sé abbiano maggiori probabilità di rivelarsi e stabili e di parlare agli altri piuttosto che con gli altri.

Quando si sentono a disagio minacciate, le persone con una scarsa opinione di sé, spesso hanno una visione nera di qualsiasi cosa: nota non ricordano i peggiori comportamenti degli altri e ritengono di non essere amati dai loro partner. Quando ci si sente bene con se stessi, invece, si hanno atteggiamenti meno difensivi: si è anche meno suscettibili e permalososi e meno pronti a giudicare, meno predisposti a rimproverare quelli che non hanno simpatia per noi.

AUTOEFFICACIA (SELF-EFFICACY)

L'autoefficacia ci dice di quanto noi pensiamo di essere in grado di riuscire a portare avanti un compito in una particolare sfera di vita. Significa che io posso sentirmi molto efficace in un contesto ma per nulla in altro.

Anche l'autoefficacia è un indicatore di benessere, perché più ci sentiamo autoefficacie in una determinata sfera di vita e più il nostro livello di benessere è alto. Efficacia e autostima hanno una buona relazione, tuttavia la differenza tra queste due è:

- **Autoefficacia:** se si crede di poter fare qualcosa.
- **Autostima:** se ci si piace nel complesso.

LOCUS OF CONTROL

La misura in cui le persone percepiscono i risultati ottenuti come internamente controllabili mediante il proprio impegno e le proprie azioni o esternamente governati dal caso e da forze esterne al sé. Può quindi essere:

Locus of control interno → attribuisce gli insuccessi e successi dipendenti dal proprio sé.

Locus of control esterno → attribuisce gli insuccessi e i successi dipendenti da fattori esterni.

IMPORTANZA APPRESA VS AUTODETERMINAZIONE

il ricercatore Martin Seligman parla di impotenza appresa per riferirsi a quel senso di rassegnazione che sorge in una persona quando essa non percepisce alcun controllo su eventi negativi ripetuti.

Il costo di un numero eccessivo di scelte

Schwartz sostiene che le culture moderne improntate all'individualismo godano di un eccesso di libertà che causa una ridotta soddisfazione nei confronti della vita e un incremento della depressione clinica. Ironicamente, alle persone piace avere la libertà di poter modificare le proprie scelte, sebbene tale libertà possa inibire i processi psicologici che creano una condizione di soddisfazione. Bandura riconosce che l'auto efficacia è alimentata dalla persuasione sociale e dall'auto convincimento ma che la più grande fonte di auto efficacia è la padronanza delle esperienze.

SELF-SERVING BIAS: GLI ERRORI AL SERVIZIO DEL SÉ

La maggior parte di noi ha una buona reputazione con sé stessa, ossia tende a sopravvalutare sé stesso rispetto alla media delle altre persone. Negli studi sull'autostima, anche le persone con un punteggio basso rispondono nella fascia media dei punteggi possibili.

Le dimensioni comportamentali soggettive innescano Self-Serving Bias ancora più marcate di quanto sia possibile rilevare nelle dimensioni comportamentali osservabili. L'istruzione non li elimina: persino gli esperti di psicologia sociale si ritengono più eticamente corretti della maggior parte degli altri psicologi. Quando i criteri con cui si valuta una caratteristica sono vaghi e ambigui è possibile ricercare una Disambigua azione personale e così risulta più facile considerare sé stessi al di sopra della media. **Self-serving bias:** tendenza a percepire sé stessi in modo eccessivamente positivo e favorevole per il sé.

Ottimismo irrealistico → è un fenomeno psicologico che si basa sulla tendenza che ciascuna persona ha di pensare in maniera positiva, ma esso può avere una distorsione (in questo caso si parla di ottimismo irrealistico). Questo si tratta di un senso di padronanza e controllo nei confronti della vita. Un aspetto anche di sopravvivenza. Pensare che la vita ci dia eventi positivi e soddisfazioni. Ma, in questo caso si ha un effetto perverso del "sicuramente a me non capita" (esempio: fumo, smetto quando voglio). In questo caso, l'ottimismo estremo può diventare un fattore di rischio (quando penso "tanto a me non succede/capita")

Pessimismo difensivo → il valore adattivo di anticipare i problemi e sfruttare la propria ansia per motivare un'azione efficace.

Stili attribuiti a favore del sé → tendenza ad attribuire a se stessi i risultati positivi e a fattori al di fuori di sé i risultati negativi. Es. se io sono stato bocciato ad un esame è perché è il professore che è stato stronzo. Se io ho un fallimento è colpa dell'esterno, questo è un meccanismo di difesa dell'autostima.

Falso consenso e falsa unicità → le persone hanno la curiosa tendenza a dipingere positivamente l'immagine che hanno di loro stessi sopravvalutando o sottovalutando quanto gli altri pensano e agiscono come loro. In fatto di opinione, si sopportano e si difendono le proprie posizioni sopravvalutando il consenso altrui: fenomeno definito effetto del falso consenso ovvero la tendenza a sopravvalutare la diffusione delle proprie opinioni e dei propri comportamenti indesiderabili o fallimentari. Quando ci si comporta male o non sia successo in una determinata attività, ci rassicuriamo dicendo noi stessi che queste manchevolezze sono comuni. Quando ci comportiamo bene e abbiamo successo, il più delle volte si verifica quello che viene chiamato **effetto della falsa unicità** ovvero la tendenza a sottovalutare la

diffusione delle proprie capacità e dei propri comportamenti desiderabili o di successo: lusinghiamo l'immagine di noi stessi considerando i nostri talenti e il nostro atteggiamento morale come relativamente insoliti. Pertanto, è possibile che le persone considerino i propri fallimenti come relativamente normali e le proprie virtù come relativamente eccezionali.

Spiegare eventi positivi e negativi

Molti esperimenti hanno messo in luce che le persone assumono credito quando vengono riconosciuti i loro successi, attribuendo infatti la riuscita della propria capacità al proprio impegno, imputando il fallimento a fattori esterni come la sfortuna. Questo fenomeno è incentrato sugli stili attributivi a favore del sé, ossia la tendenza generalizzata ad attribuire a sé stessi il successo e annegare responsabilità per l'insuccesso, è uno degli errori o Bias più potenti di cui gli abbiano dato prova le persone.

Recenti ricerche hanno evidenziato che le attribuzioni a favore del sé attivano aree del cervello connesse alla ricompensa al piacere. Siamo più disposti a riconoscere i nostri insuccessi passati, quelli imputabili al nostro ex sé.

Spiegare i self-serving bias

Confrontare noi stessi con gli altri implica prendere nota, valutare e richiamare alla mente il loro comportamento il nostro. Pertanto, vi sono molteplici occasioni di fallibilità del nostro modo di elaborare le informazioni.

In cerca di autoaffermazione, sia particolarmente motivati a incrementare il senso positivo l'immagine che sia di sé. La motivazione e l'autostima, quindi, aiuta a potenziare i Self serving Bias.

Self-serving bias a carattere adattivo

Quando accadono cose positive, le persone con un buon livello di autostima, rispetto a quelle con scarsa autostima, tendono ad assaporare e a prolungare tali sensazioni positive.

Le persone non depresse in genere mostrano Self serving bias; Per contro, l'apprezzamento di sé delle persone depresse l'apprezzamento di come gli altri li considerano effettivamente non risulta per nulla ingigantito. Inoltre, occorre sottolineare che quest'ultimi aiutano a proteggere dallo stress. Nella teoria della gestione del terrore si afferma che l'autostima positiva risulta adattiva poiché protegge dall'ansia, inclusa quella collegata alla morte.

Crederci nella nostra superiorità può inoltre motivare raggiungere determinati obiettivi e può sostenere la speranza nei momenti più critici.

Self-serving bias a carattere non adattivo

Sebbene l'orgoglio che tende a proteggere e favorire il se possa aiutare le persone a salvaguardarsi dalla depressione, può assumere anche un carattere non adattivo. Coloro che incolpano gli altri per le difficoltà sociali di questi sentono vittime spesso sono più infelici di coloro che sanno riconoscere e ammettere i propri errori. I Self serving bias finiscono anche per ingigantire il giudizio delle persone i suoi propri gruppi di appartenenza, un fenomeno chiamato group Serving Bias ovvero il giudizio tendenzioso a favore del proprio gruppo; tendenza sistematica ad attribuire i fallimenti del proprio gruppo e i successi del gruppo estraneo a fatto esterni. I successi dell'in-group e i fallimenti dell'out-group invece vengono attribuiti a fattori interni.

L'AUTOPRESENTAZIONE

La maggior parte di noi si preoccupa di trasmettere agli altri un'impressione positiva cercando di accattivarsi il favore altrui, ossia di dare l'impressione di essere simpatici e autopromuoversi offrendo una propria impressione di competenza.

La gestione delle impressioni

Il concetto di autopresentazione fa riferimento al desiderio di offrire l'immagine desiderata sia un pubblico esterno quindi ad altre persone, sia o pubblico interno, ovvero noi stessi. Il vantaggio è che l'autopresentazione può inaspettatamente migliorare il nostro umore. Le persone si sentono significativamente meglio quando pensano di aver fatto del loro meglio per mostrare la loro faccia migliore e si sono concentrate per fare una buona impressione alle altre persone. Una ricerca mostra che coloro che hanno amici attraenti vengono percepiti anch'essi attraenti. Per alcune persone, l'autopresentazione consapevole è uno stile di vita, mentre altre, Cercano di trasmettere attraverso le proprie azioni il concetto di sé: si tratta di persone che scelgono l'auto espressione (motivazione a scegliere dei comportamenti che riflettono ed esprimono il concetto di sé) al posto dell'auto presentazione. L'automonitoraggio invece è la caratteristica della personalità definita come il grado di sensibilità alle richieste delle situazioni sociali che comporta a regolare le proprie performance allo scopo di formare e creare l'impressione desiderata. Coloro che registra un alto punteggio nella scala della tendenza all'auto monitoraggio sono coloro che si comportano come i camaleonti sociali, regolando e aggiustando il proprio comportamento in risposta a situazioni e a sollecitazioni esterne. Presentare sé stessi in modi che creino l'impressione desiderata è un'azione dal delicato equilibrio: le persone vogliono essere considerate capaci ma anche modeste e oneste. Nella maggior parte delle situazioni sociali, la modestia crea una buona impressione, mentre il vanto non richiesto suscita impressioni negative. Da qui, il fenomeno della falsa modestia: spesso si mostra l'autostima più bassa di quanto in realtà si sente in privato; essere modesti seppur competenti richiede una certa abilità sociale.

CAPITOLO 4: LA PERCEZIONE SOCIALE

Fa riferimento a come noi giudichiamo i nostri mondi sociali. Quando dobbiamo costruirci una costruzione degli altri e spiegare il comportamento degli altri, noi usiamo la percezione di certi elementi per andare a costruirci un giudizio, un'interpretazione del contesto. Ci sono alcuni processi consapevoli e altri inconsapevoli. È importante capire quali sono gli elementi che noi usiamo quando dobbiamo costruirci una rappresentazione degli altri e quando percepiamo la realtà per costruire un giudizio/convincimento/credenza e bisogna anche capire cosa è automatico e cosa invece ci richiede di intervenire intenzionalmente.

LA PERCEZIONE DEL MONDO SOCIALE

Percezione sociale

La percezione sociale sono tutti i processi che mettiamo in atto quando andiamo a formare una *rappresentazione cognitiva** degli altri. I processi della percezione sociale riguardano sia come noi osserviamo la realtà sia come lo interpretiamo, e quindi come andiamo a formare dei giudizi sulle osservazioni.

*Una rappresentazione cognitiva è l'insieme conoscenze che abbiamo nella nostra memoria e che andiamo ad attivare sulla base di stimoli esterni e che ci portano a

interpretare la realtà. La rappresentazione cognitiva riguarda i gruppi, i singoli e i contesti.

Esperimento di David Roseham (anni '70): chiese a un gruppo di confederati di fingersi pazzi e farsi ricoverare negli ospedali psichiatrici. Gli operatori sanitari interpretavano il loro comportamento come reale, al contrario i pazienti dell'ospedale si resero conto che queste persone mentivano. Questo perché, i pazienti, stando a fianco tutto il tempo, avevano colto una serie di indizi che li aveva portati a costruirsi una rappresentazione cognitiva adeguata).

Integrazione

Questo esperimento ha permesso di capire che, "*percezione sociale*", vuol dire capire come noi, a partire da elementi semplici, ci formiamo delle impressioni che ci portano ad interpretare la realtà → bisogna sottolineare un *termine molto importante* legato a questa definizione, ovvero "**l'integrazione**": integrare una serie di indizi per arrivare a formulare un giudizio complessivo sulle persone → ma come è possibile fare ciò? Gli psicologi sociali si sono chiesti: **come integriamo una serie di elementi?** Ci sono alcuni elementi più rilevanti di altri.

Le prime impressioni si basano su:

1. **Aspetto fisico** (bellezza, attività, modo di vestirsi, etc). Ci sono una serie di elementi legati al nostro aspetto fisico che fanno in modo che i giudizi su di noi siano in un determinato modo rispetto ad altri. Quindi nel formulare il nostro giudizio siamo influenzati dall'attività/bellezza fisica dell'altro. (spesso si giudica una persona bella, come una persona anche buona, generosa, etc. Quindi si costruisce su un giudizio positivo). Questo avviene sia nel contesto lavorativo, che scolastico.
Quindi l'aspetto fisico è un elemento che influenza la nostra impressione.
2. **Comunicazioni non verbale**. Spesso formuliamo le nostre impressioni in base alla comunicazione non verbale. Ci aiuta anche a capire quando una persona sta mentendo.
3. **Comportamento manifesto**. Noi siamo spesso portati ad associare un comportamento manifesto a un tratto di personalità [esempio: vediamo una persona che sta bene in gruppo, immediatamente pensiamo che sia una persona estroversa, affidabile, disinvolta. Oppure se vediamo qualcuno compiere un gesto di pro-socialità pensiamo sia una persona solidale].
4. **La familiarità**. Ci dice che tendiamo a giudicare più positivamente le persone che fanno parte del nostro mondo familiare, quindi le persone che vediamo più spesso (anche se non le conosciamo).

Il più delle volte queste impressioni che abbiamo non sono corrette, ma non sempre, quindi bisogna essere in grado di discriminare tra le impressioni corrette e quelle scorrette.

La salienza

Noi integriamo questi quattro elementi, e li interpretiamo sulla base di categorie che sono culturali, ma non bisogna mai sottovalutare il fatto che le persone possano far pesare, durante l'integrazione, categorie individuali.

Gli indizi che noi consideriamo sono quelli che per noi sono più salienti. La salienza è la capacità di un elemento di trarre la nostra attenzione all'interno del suo contesto. Quindi la salienza è il processo per cui notiamo caratteristiche diverse/insolite.

A seconda del contesto alcuni elementi diventano più salienti e guidano il nostro comportamento. Inoltre, rispetto a un indizio ci possono essere letture differenti.

Gli studi di Kahneman ci dicono che noi abbiamo nello specifico due sistemi:

- Sistema 1: **elaborazione automatica** (intuizione), che è inconscio e di fronte a una situazione individua un indizio. Questo sistema parte in automatico e lo usiamo molto frequentemente (più di quanto pensiamo). Infatti, quando noi osserviamo il comportamento delle persone andiamo sempre ad attribuire un'interpretazione, che è spesso di natura automatica.
- Sistema 2: **elaborazione più controllata e ragionata**. Quindi il modo di pensare deliberato, controllato, consapevole e più lento.

Questo ci fa capire che dobbiamo stare attenti che quando abbiamo una percezione su un'altra persona sia un processo automatico/inconsapevole o consapevole. Noi dobbiamo essere in grado di capire quale sistema si mette in atto.

Priming e embodied cognition

Rispetto a come noi ci formiamo le impressioni ci sono altri due processi;

- **Processo di priming** → si verifica quando un qualche elemento, attiva in noi una particolare associazione nella memoria, e tale attivazione la usiamo per leggere la realtà. Questo dura per un certo tempo. [quando noi incontriamo la realtà, non è solo questione di salienza degli indizi ma anche di accessibilità, nella nostra memoria, di qualcosa che ci possa aiutare a leggere la situazione, anche a distanza di tempo in situazioni che consentono l'utilizzo delle stesse categorie (utilizzo contestualizzato) → esperimento di Donald].
- **Cognizioni incorporate (embodied cognition)** → spesso noi teniamo insieme le nostre sensazioni corporee e il nostro pensiero sociale (se io tengo in mano una bibita calda e quindi sento il suo calore, sono portata a sentire le persone più vicine a me e generose rispetto a quando ho in mano una coca-cola ghiacciata).

La percezione e l'interpretazione degli eventi

Il processo iniziale informazioni delle impressioni richiede pochi sforzi cognitivi e si basa su caratteristiche fisiche, sulla comunicazione non verbale o sul comportamento. In letteratura scientifica sono presenti due filoni di ricerca in merito alla formazione di impressioni complesse di personalità: il primo fa riferimento al modello configurazionale di Asch, l'altro al modello algebrico di Anderson.

Tutti gli elementi visti fin ora sono considerabili come "**indizi**", ma come riusciamo a tenerli insieme?

Asch (Gestalt) ci insegna che, quando siamo in presenza di diversi indizi, noi individuiamo dei tratti centrali, che sono più salienti di altri, e, attorno a questi tratti centrali costruiamo l'impressione complessa. Usiamo quindi un **modello configurazionale** (di Asch), tenendo insieme degli elementi, ancorandoli ad alcuni tratti centrali.

Il modello di Asch ci dice che:

- Persona intelligente ma considerata fredda → persona di cui diamo un **giudizio negativo** e che viene considerata calcolatrice
- Persona intelligente e dotata di calore umano → persona di cui diamo un **giudizio positivo** e che viene considerata saggia

La **costruzione delle impressioni complesse** è governata da alcuni tratti centrali che fanno da ancoraggio e, attorno a questi tratti centrali, aggregando gli indizi più periferici, costruiamo l'impressione globale/complessiva che abbiamo della persona. Un aspetto interessante è che gli studi su questo modello hanno messo in evidenza è la presenza dell'effetto ordine o **effetto primacy**: I tratti che vengono forniti per primi sono quelli che influenzano maggiormente le impressioni. Altre ricerche, hanno però messo in luce la presenza di un effetto inverso, ovvero **l'effetto recency**: in questo caso sarebbero le informazioni fornite per ultime ad attirare maggiore attenzione.

Asch, afferma quindi, che noi abbiamo un'idea complessiva di una persona perché accorpriamo le varie caratteristiche di una persona in una singola unità (approccio configurazionale), il cambiamento del singolo elemento cambia l'intera impressione.

Abel Anderson - modello algebrico (economia cognitiva), invece, dice che non è una questione di configurazione ma è una questione di **somma algebrica**. Afferma che non esistono dei tratti centrali, ma noi, da buoni soggetti cognitivi ed economizzatori ed elaboratori di risorse, è come se dessimo un punteggio a ciascun tratto ed elemento che individuiamo. Sostiene quindi l'esistenza di un modello algebrico.

In verità, i due modelli portano alle medesime conclusioni → Anderson aveva pensato che il suo modello fosse più preciso di quello di Asch, ma gli studi condotti sui due modelli hanno confermato che questi portano alle stesse conclusioni; la **differenza** non sta nella conclusione ma sta in come io concepisco la persona:

- Per **Anderson** la persona è un insieme di cognizioni, è un elaboratore perfetto di informazioni
- **Asch** dice che noi non siamo elaboratori perfetti ma interpretiamo già le informazioni

Ciascuno di noi privilegia uno di questi due sistemi, arrivando allo stesso risultato, ma dietro queste teorie c'è **un'idea di persona profondamente diversa**: da una parte c'è una persona cognitiva ed emotiva, dall'altra parte c'è solo una persona cognitiva. Son quindi due modi diversi di leggere la persona.

Teoria implicita di personalità

Spesso noi osservando un tratto di personalità di qualcuno, inferiamo altri tratti, i tratti positivi sono in qualche modo legati tra di loro come i tratti negativi a loro volta costituiscono un gruppo a parte, esempio se ritengo che una persona sia simpatica, la teoria mi porta a pensare che è anche socievole intelligente eccetera, a partire da un tratto andiamo a delineare la personalità della persona con altrettanti tratti positivi e/o negativi.

La persistenza nella credenza

Le prime impressioni che noi abbiamo delle persone sono molto forti e sono molto resistenti al cambiamento; anche quando di fronte all'evidenza che l'impressione è sbagliata, tendiamo in realtà a confermarla nel tempo. Questo fenomeno prende il nome di persistenza della credenza. Persistenza delle proprie credenze iniziali, anche quando il loro fondamento è confutato, come primo passaggio abbiamo la prima impressione che si costruisce su un dato vero e concreto e anche se dopo qualcuno mi confuta la prima impressione io continuo a considerare vera la mia prima impressione. Un rimedio per questa persistenza è prendere in considerazione quella che è una possibilità opposta in modo da poter cambiare la prima impressione.

[Ross, Anderson e colleghi hanno insinuato false credenze nei soggetti dei loro esperimenti e poi hanno provato a metterlo in dubbio. Le loro ricerche mostrano che è sorprendentemente difficile demolire una falsa credenza una volta che la persona ricorda un fondamento logico che la sostiene. In Ogni esperimento i ricercatori dapprima inducevano una credenza, proclamando la vera o mostrando i partecipanti qualche prova; poi chiedevano ai soggetti di spiegare perché fosse vera; infine smentivano totalmente l'informazione iniziale raccontando la verità cioè che a metà dei partecipanti era stata data un'informazione opposta. Nonostante tutto, la credenza indotta sopravviveva intatta nel 75% dei casi, presumibilmente perché i partecipanti trattenevano le proprie spiegazioni inventate a sostegno della credenza.

Questo, quindi, mostra che le credenze possono mantenersi ben solide sopravvivere anche all'evidenza contraria che le indotte; quindi, le nostre credenze aspettative hanno un forte influsso sulla costruzione mentale degli eventi.]

Costruire ricordi di noi e dei nostri mondi

Le nostre memorie non sono copie esatte delle esperienze che rimangono depositati nella banca della memoria. Noi ricostruiamo il nostro lontano passato utilizzando, nel mettere insieme i frammenti di informazioni, i nostri sentimenti le nostre aspettative attuali: nella sua ricerca della verità, la mente qualche volta costruisce un'idea falsa. Si parla di **effetto informazione fuorviante** → si verifica quando di fronte ad una situa di cui noi siamo stati testimoni riceviamo un'informazione (fuorviante) che non è corretta ma che in qualche modo incorporiamo nella nostra memoria perché la situa in cui siamo ci porta a rendere l'informazione saliente e veritiera. Cambiamo quello che noi abbiamo visto in relazione del fatto che c'è una fonte dell'impressione che ci porta a ricostruire la memoria in maniera sbagliata e diversa. Tale effetto spiega la nostra tendenza a incorporare nella memoria informazioni false o errate.

Questo fenomeno si può ricollegare anche ai ricordi con le altre persone: noi non siamo completamente inconsapevoli di come ci sentivamo in una data relazione, ma quando i ricordi sono vaghi, i sentimenti del momento guidano il nostro ricordo. I genitori di ogni generazione rimpiangono i valori della generazione precedente, in parte perché ricordano, sbagliando, che i loro valori di gioventù erano molto vicine ai valori attuali: Gli adolescenti di ogni generazione, invece, ricordano i propri genitori come meravigliosi od orribili. Nessuno è immune da queste tendenze umane, tutti selettivamente osserviamo, interpretiamo e ricordiamo gli eventi nelle modalità atte a sostenere le nostre idee. I nostri giudizi sociali sono un misto di osservazione aspettativa, ragione e passione.

[esempio: 30 foto di una macchina rossa con due gruppi di slide diverse: una con uno stop come cartello e l'altro cartello della precedenza. Nel primo gruppo vedono le diapositive come la macchina che si ferma davanti allo stop, nell'altro gruppo invece vedono la macchina rallentare per il segnale di precedenza, nelle slide successive poi in entrambi i gruppi si vede la macchina che gira a destra e sta per investire il pedone e nelle ultime macchine che investe il pedone. Fanno le domande poi alle persone del gruppo: a meta di ogni gruppo viene chiesto se hanno visto quello che effettivamente c'era nella foto quindi lo stop/precedenza, all'altra meta del gruppo hanno avuto l'informazione scorretta rispetto a quello che avevano visto(quindi nel caso nella foto dove c era lo stop gli chiedevano "si ricorda di aver visto il segnale della precedenza" e il contrario con l'altro gruppo) e siccome era un'informazione consistente ed era una domanda del test, le persone hanno incamerato l'informazione fuorviante che ha impattato su quello che avevano visto, avendo un ricordo automaticamente sbagliato di quello che in realtà avevano visto, infatti le persone che avevano lo stop dopo questa domanda dicevano di ricordarsi di aver visto la precedenza.]

IL GIUDIZIO SUL MONDO SOCIALE

Giudizi intuitivi

sono legati alla questione dell'elaborazione dell'informazione che abbiamo visto prima. Alcuni pensieri sono controllati mentre altri sono inconsapevoli e questi inconsapevoli si ricollegano all'informazione fuorviante e persistenza della credenza. Alcuni esempi del pensiero automatico sono gli schemi mentali: sono modelli mentali che noi applichiamo alla realtà, guidano intuitivamente le nostre percezioni e le interpretazioni delle nostre esperienze.

Sono strutture di conoscenza ordinate che ci aiutano a risparmiare tempo e darci più ordine mentale, generano delle prescrizioni del comportamento quindi come ci dobbiamo comportare o no, ma allo stesso tempo ci costruiscono delle aspettative: se una persona è gentile mi aspetto che sia anche solidale. Gli script/schemi ci aiutano a colmare le info che non abbiamo sulla base delle nostre aspettative e le nostre prescrizioni; quindi, con info che noi recuperiamo nella memoria.

Il potere dell'intuito: gli studi sull'elaborazione dell'informazione inconscia confermano il limitato accesso a ciò che succede nella mente. Il nostro pensiero è parzialmente controllato (cosciente, intenzionale) e parzialmente automatico (impulsivo, inconscio). Le reazioni emotive sono spesso quasi istantanee. Con una sufficiente esperienza, le persone possono intuitivamente sapere la risposta a un problema. Alcune cose (fatti, nomi ed esperienze passate) si ricordano consapevolmente, ma altre (abilità e disposizioni) si ricordano in maniera implicita

Limiti dell'intuito: gli scienziati cognitivisti esprimono dei dubbi sull'intelligenza dell'intuizione.

Gli psicologi sociali hanno esplorato non solo i giudizi a posteriori inclini all'errore, ma anche la disposizione all'illusione, a errori di interpretazione percettiva, a fantasia e a credenze.

Il pensiero illusorio è studiato dagli psicologi sociali per cercare di comprendere come funziona l'elaborazione dell'informazione.

Fenomeno di eccessiva fiducia in sé

Si tratta di quando si interpretano le esperienze e si costruiscono i ricordi, le intuizioni automatiche a volte sbagliano. In genere non si è consapevoli dei propri errori, tuttavia, si hanno aspettative più positive verso la propria capacità futura di rispettare scadenze, gestire relazioni ecc. La presunzione intellettuale evidente nei giudizi sulle conoscenze passate si estende alle valutazioni delle conoscenze attuali e delle predizioni del comportamento futuro. Questo è il fenomeno dell'eccessiva fiducia in sé, ossia la tendenza a sovrastimare l'esattezza delle proprie credenze. Ciò che gli altri vedono in noi tende a essere più correlato ai risultati oggettivi che quello che noi vediamo in noi stessi.

- Errore di pianificazione: molti sovrastimano quanto riusciranno a fare;
- L'eccessiva sicurezza degli agenti di borsa: gli esperti in investimenti vendono i loro servizi con la presunzione di poter battere la media del mercato;
- l'eccessiva sicurezza di sé in politica: politici troppo sicuri di sé possono portare alla rovina.

Le persone tendono a ricordare i loro giudizi sbagliati come se fossero quasi giusti. L'eccessiva sicurezza in sé è difficile da rimuovere.

Le persone tendono a non cercare l'informazione che potrebbe confutare le loro credenze. Il bias di conferma, ovvero la tendenza a cercare informazioni che confermino le proprie impressioni, aiuta a spiegare perché l'immagine di sé è molto stabile.

Bias della conferma: Le persone tendono a non cercare l'informazione che potrebbe confutare le loro credenze. Siamo impazienti di verificare le nostre credenze, ma meno inclini a cercare prove che possono confutarle: questo fenomeno viene chiamato bias della conferma. Esso ci aiuta a spiegare perché l'immagine di sé rimane così straordinariamente stabile. Il Bias conferma è un giudizio veloce del sistema uno che attiva la ricerca di informazioni consistenti con le nostre idee. Fermarci a riflettere, cioè attivare il sistema due, potrebbe proteggerci dal Bias conferma. Sicurezza e competenza non sempre coincidono, per cercare di ridurre l'errore ovvero la distorsione legata all'eccessiva sicurezza di sé sono state create tre vie: una è

l'immediato feedback, la seconda consiste nel chiedere alle persone di smontare l'affermazione hai fatta nelle due sotto componenti e stimare l'esattezza di ognuna, mentre la terza via per ridurre l'eccessiva sicurezza di sé e chiedere alle persone di pensare a una buona ragione sul perché i loro giudizi potrebbero essere sbagliati.

I rimedi per l'eccessiva sicurezza di sé: tre tecniche hanno ridotto con successo la distorsione legata all'eccessiva sicurezza.

L'immediato feedback: nella vita quotidiana, per esempio, chi fa le previsioni del tempo.

riceve chiari feedback giornalieri e gli esperti sono piuttosto bravi nello stimare la probabilità di essere precisi;

Si può chiedere agli individui di disfare due unità e stimare il tempo richiesto per ognuna, per ridurre l'errore di pianificazione;

chiedere alle persone di pensare ai motivi per cui i loro giudizi potrebbero essere errati.

Le Euristiche

Le euristiche sono delle scorciatoie di pensiero, sono delle strategie che noi usiamo per risparmiare tempo e risorse, solo che spesso sono errate (concetto di economia cognitiva).

- **Euristica della rappresentativa:** a partire dalla descrizione generale di una persona si valuta quanto questa persona può essere rappresentativa di una certa categoria. Esito: sminuire il peso di altre informazioni altrettanto importanti.
- **Euristica della disponibilità:** frequenza di quanto si verifica un evento, quando qualcosa per noi ha alta frequenza diventa anche per noi facilmente accessibile. Tanto più noi abbiamo info disponibili su un fenomeno, tanto più diremo che quel fenomeno è diffuso perché se qualcosa è frequente allora è qualcosa che è sollecitato costantemente quindi a cui noi accediamo con più facilità. Esito: attribuire un peso eccessivo a una situazione vivida e perciò, ad esempio, avere paura di fare cose sbagliate.
- **Euristica della simulazione:** simulazione che ci fa leggere la realtà ricostruendola in un ipotetico scenario in cui le cose potevano andare diversamente anche se non è detto che sarebbero andate diversamente. Esito: vivere rimpianti o attribuire eccessiva importanza alla fortuna.
- **Euristica dell'andamento e dell'ancoraggio:** noi in un qualche modo andiamo ad ancorarci ad una stima che abbiamo che ci fa da parametro e confronto e poi la accomodiamo rispetto alla situazione, processi di stima di un qualche valore a partire da un certo valore iniziale rispetto al quale viene accomodato il nuovo esemplare. Esito: sottostimare o sovrastimare la persona/oggetto considerati.

Situazioni in cui è probabile che si ricorra alle euristiche:

- non si ha tempo per un'analisi approfondita.
- non si riesce a distinguere le informazioni rilevanti.
- l'oggetto di cui ci si sta occupando è poco importante.
- si hanno scarse conoscenze sul soggetto.
- qualcosa nella situazione funge da stimolo con effetto priming.

- ci si sente troppo ottimisti e si ritiene che non sia necessario compiere eccessivi sforzi cognitivi.

Il pensiero illusorio

Correlazione illusoria: la percezione di una relazione in realtà inesistente o la percezione di una relazione più forte di quella reale. Legame tra due caratteristiche infrequenti e distintive: appartenenza ad un gruppo non numeroso e comportamento indesiderabile.

Ci porta a formare una correlazione tra elementi non correlati o a sovrastimare una correlazione tra elementi che in realtà hanno una correlazione meno forte di quanto sembri.

La correlazione illusoria: è facile vedere una correlazione dove non esiste. Quando ci si aspetta di trovare relazioni significative, facilmente si associano eventi causali, percependo una correlazione illusoria. Essa è prodotta da due fattori:

- l'associazione di significati in base alla quale due variabili sono associate perché la persona si aspetta che lo siano;
- la distintività condivisa, in base alla quale vengono associate due variabili che condividono alcune caratteristiche inusuali.

Alcuni esperimenti confermano che le persone travisano facilmente eventi casuali per confermare le loro credenze, se si crede che esista una correlazione, è più probabile che si notino e si ricordino gli eventi che la confermano. La correlazione illusoria è quindi alla base degli stereotipi: quando essi agiscono associamo certe caratteristiche e certe persone semplicemente sulla base della loro appartenenza a un determinato gruppo.

Se si crede che esista una correlazione, è più probabile che si notino e si ricordino gli eventi che la confermano.

L'illusione del controllo: la tendenza a percepire eventi casuali come correlati alimenta l'illusione del controllo, ossia l'idea che eventi incontrollabili siano soggetti alla nostra influenza. Succede, ad esempio, nel gioco d'azzardo. Un altro modo in cui può svilupparsi l'illusione di controllo è la regressione verso la media, ossia la tendenza statistica di punteggi o comportamenti estremi a tornare verso la loro media.

[Tversky e Kahneman (1974) hanno rilevato un altro modo in cui può svilupparsi l'illusione di controllo: la regressione verso la media ovvero la tendenza statistica di punteggio comportamenti estremi a tornare verso la loro media. L'esperienza ci ha insegnato che quando tutto va particolarmente bene, qualcosa può andare storto, e che quando la vita ci riserva dei colpi terribili, possiamo generalmente aspettarci che poi le cose vadano meglio. Secondo questa teoria la natura opera in modo che spesso noi ci sentiamo puniti dal premiare gli altri e premiati per avergli puniti. In realtà, il rinforzo positivo per cose fatte bene e in genere più efficace e a meno effetti secondari negativi.]

Stati d'animo e giudizi

gli stati d'animo condizionano i nostri giudizi sociali. Le persone infelici tendono ad essere più preoccupate. Gli stati d'animo pervadono il pensiero. Se uno stato d'animo positivo si volge al negativo, il cattivo umore attiva i nostri ricordi degli eventi negativi e l'immagine di noi stessi peggiora. Gli stati d'animo influenzano il giudizio sui nostri mondi in parte riportando alla mente le esperienze passate associate all'umore.

Quando siamo emotivamente eccitati è più probabile che si esprimano giudizi affrettati e che si valutino gli altri basandosi su stereotipi.

La spiegazione del mondo sociale: i giudizi sulle persone dipendono da come vengono spiegati i loro comportamenti

LA SPIEGAZIONE DEL MONDO SOCIALE

Teoria dell'attribuzione

Teoria di come le persone spiegano il comportamento degli altri; per esempio, attribuendolo o a disposizioni interne (tratti durevoli, motivi e atteggiamenti) o a situazioni esterne.

Attribuzione disposizionali: si tratta di attribuire il comportamento alla disposizione e alle caratteristiche di una persona. Queste sono quelle più frequenti, in quanto sembra più affidabile; infatti, queste fanno riferimento alle competenze e motivazioni personali; quindi, sono più stabili e durevoli nel tempo rispetto a quelle situazionali che sono più fluttuanti.

Attribuzione situazionale: attribuire il comportamento alla situazione.

La causalità dell'attribuzione: gli uomini sono più inclini delle donne ad attribuire a un atteggiamento amichevole femminile un leggero interesse sessuale. Scambiare la disponibilità per richiamo sessuale è un esempio di fraintendimento, ossia l'attribuzione erronea di un comportamento alla fonte sbagliata. Il processo in cui si usano le informazioni che si hanno per trarre un'inferenza sulle cause di un comportamento o evento è definito attribuzione.

La teoria dell'attribuzione è la teoria di come le persone spiegano il comportamento degli altri, attribuendolo a disposizioni interne o a situazioni esterne (attribuzione disposizionale o situazionale).

Heider

Studia l'attribuzione della causa al comportamento di una persona. Egli afferma che il comportamento manifesto acquista significato se lo si collega a una causa. Inoltre, afferma che per lui tutte le persone sono degli *scienziati naif* che cercano di spiegare il mondo con ciò che hanno a disposizione. In particolare, l'uomo analizza le azioni adottando dei criteri di conoscenza.

Criterio di distinzione tra:

- Cause interne
- Cause esterne

A seguire le idee di Heider incontriamo Rotter che è in forte continuità con il suo pensiero.

Heider e Rotter: il locus della causalità

Rotter distingue:

- Persone che tendono ad internalizzare → la causa dei comportamenti sta nella persona che l'ha prodotto
- Persone che tendono ad esternalizzare → la causa dei comportamenti sta nell'ambiente esterno

Rotter afferma che le persone interne che internalizzano pensano di avere più controllo sulla realtà, ma allo stesso tempo si sentono molto responsabili di ciò che accade. Quindi sono persone che se riescono a conseguire l'obiettivo si riconoscono il merito, però allo stesso tempo si addossano molto anche la responsabilità dei fallimenti.

La teoria dell'inferenza corrispondente di Jones e Davis (1965)

Questa teoria ci dice che le persone tendono a riferire che le azioni che una persona mette in atto sono legate a un suo tratto di personalità, che noi vediamo coerente con il comportamento in atto. Quindi, ciò che una persona fa mi dice di come quella

persona è. (esempio: una persona che fa volontariato è una persona prosociale/altruista). Quindi osservo il comportamento e lo attribuisco a un tratto di personalità. Non abbiamo bisogno di stabilità perché ci consente di avere un controllo e familiarità sulla situazione.

La teoria dell'inferenza ci può portare ad errori (esempio: molte azioni altruiste hanno alla base egoismo), ma non sempre. Infatti, può essere un processo che ci può aiutare, però ad alcune condizioni, ossia quando il comportamento messo in atto dalla persona è:

- Scelto liberamente (ossia non costretto od obbligato da altri)
- Imprevisto anziché previsto o tipico (quindi non soggetto a desiderabilità sociale).
- È svincolato dai ruoli sociali (esempio: se un'hostess ti aiuta con la valigia non significa che è altruista perché quello è il suo ruolo/compito)
- Ha effetti non comuni che lo distinguono da altri (esempio:

Quindi quando vi sono queste condizioni allora l'inferenza può essere considerata corretta.

Il modello di covarianza di Kelley

Kelley sostiene che, prima di formulare un giudizio di causa in merito a un effetto, le persone compiono una serie di osservazioni, rilevano le covarianze di più cause potenziali e attribuiscono l'effetto alla causa con cui covaria maggiormente. Quindi leggiamo il comportamento di una persona andando a tenere in considerazione diversi effetti e cause.

La causa è considerata causa di un comportamento, quando è presente quando il comportamento si verifica ed è assente quando il comportamento non si verifica. Quindi bisogna individuare una causa-effetto molto stringente.

Gli elementi che si mettono in gioco quando si vogliono studiare le cause e gli effetti sono tre principi: le persone possiedono diverse informazioni, e il comportamento di una persona è determinato dalla covarianza tra il comportamento e i principi. Infatti, Gli elementi che si mettono in gioco quando si vogliono studiare le cause e gli effetti sono tre principi:

- **Principio di consenso tra le persone** → il comportamento è specifico di una persona o vede il consenso degli altri
- **Coerenza tra le situazioni** (coerenza nel tempo) → il comportamento si verifica in più situazioni/contexti diversi (se è basso è perché il comportamento è messo in atto solo in situazioni in cui sono presenti determinate persone).
- **Principio di distintività** tra gli oggetti → La persona si presenta in maniera diversa nelle altre situazioni?

Rispetto a ognuno di questi principi bisogna verificare se è presente in maniera alta o bassa. Kelly per spiegare il comportamento delle persone afferma che lo si può spiegare solo se si fa covariare i tre principi, e in base alla presenza/assenza o presenza bassa/alta di questi tre principi, si può spiegare il comportamento messo in atto da una persona.

L'errore fondamentale di attribuzione: perché si commette?

Tendenza degli osservatori a sottostimare il comportamento degli altri/le inferenze situazionali + sovrastimare quelle disposizionali nello spiegare il comportamento noi ci focalizziamo sulla persona dimenticandoci di tutti gli elementi che stanno intorno (situazione) [sovrastimare persona e sottostimare situazione].

Profezia che si autoavvera: processo per cui noi sviluppiamo delle aspettative su persone e le portiamo al compimento → noi ci creiamo prima impressione complessa su una persona, e non è detto che sia corrispondente, però mettiamo in atto dei

comportamenti per cui le persone che sono oggetto di tali credenze le vanno a confermare.

Ci sono quattro esempi che possono spiegare come sia facile compiere delle attribuzioni sottovalutando l'aspetto situazionale:

1. **Differenza attore-osservatore:** i teorici dell'attribuzione fanno notare che si osservano gli altri da una prospettiva diversa da quella usata per osservare noi stessi, infatti quando agiamo, l'ambiente domina la nostra attenzione. Come servitori, una persona può catturare la nostra attenzione e sembra sia la causa di ciò che accade; come attori, siamo inclini ad attribuire il nostro stesso comportamento alla situazione che stiamo vivendo.
2. **La distorsione della prospettiva della videocamera:** in alcuni esperimenti, i soggetti hanno guardato il video della confessione di un sospettato durante l'interrogatorio della polizia. Se vedevano la confessione attraverso una cinepresa puntata sul sospettato, percepivano la genuinità della confessione. Se la vedevano attraverso una videocamera puntata sul detective, percepivano di più la coercizione: la prospettiva della videocamera influenza il giudizio di colpa delle persone. Tali video, quando venivano mostrati nei pubblici ministeri, portarono alla condanna nella quasi totalità dei casi.
3. **Prospettive che cambiano col tempo:** quando le persone non si ricordano più bene di una certa persona, spesso attribuiscono maggiore priorità la situazione.
4. **L'autoconsapevolezza:** le circostanze possono anche cambiare la prospettiva di noi stessi. Quando l'attenzione si focalizza su noi stessi, spesso si attribuiscono le responsabilità e gli eventi a noi stessi: noi troviamo le cause dove le cerchiamo. Poiché siamo profondamente consapevoli di come cambia il nostro comportamento con le situazioni, ci vediamo come più mutevoli delle altre persone.

La cultura influenza l'errore di attribuzione: la visione occidentale del mondo predispone le persone a ritenere che gli individui e non le situazioni siano la causa degli eventi; le spiegazioni interne sono più approvate socialmente e in questi casi vediamo all'opera quella che è stata definita norma di internalizzazione. L'errore fondamentale di attribuzione si verifica in tutte le culture; tuttavia, le persone di cultura asiatica sono in qualche modo più sensibile all'importanza delle situazioni. Nelle culture collettivistiche, infatti, le persone percepiscono meno spesso gli altri in termini di disposizioni personali, sono meno inclini a interpretare spontaneamente un comportamento come riflesso di un tratto interno.

LE ASPETTATIVE DEL MONDO SOCIALE

Le credenze sociali e i giudizi sono importanti; quando le nostre idee ci portano ad agire in modo da produrre una loro apparente conferma sono diventate quelle che il sociologo Merton (1948) definiva profezie che si autoavverano: aspettative che ho su qualcuno che mi porta a mettere in atto comportamenti congruenti alle mie aspettative e che quindi influenzano la persona sulle quali avevo le aspettative in quella direzione.

Ottenere dagli altri ciò che ci si aspetta

Le aspettative degli sperimentatori e degli insegnanti, sebbene in genere siano valutazioni ragionevolmente accurate, a volte agiscono come profezie che si autoavverano. Gli studi mostrano che le profezie che si autoavverano operano anche in situazioni lavorative; esse possono anche influenzare le relazioni personali, infatti, a volte, le aspettative negative su qualcuno spingono essere particolarmente gentili con

quella persona e questo lo induce a essere a sua volta gentile. Nelle prove di laboratorio l'ostilità genera quasi sempre ostilità; ogni percezione dell'altro come aggressivo, risentito e vendicativo induce a mostrare gli stessi comportamenti come autodifesa, cioè crea un circolo vizioso. Per quanto riguarda le relazioni intime tra partner, l'idealizzazione sembra aiutare a tamponare i conflitti, a tenere alta la soddisfazione, trasformare un rospo in principe o principessa. L'ammirazione di qualcuno ci aiuta a diventare come questi si immagina. Tra le coppie sposate coloro che temono che il proprio partner non li ami non gli accetti interpretano lievi tensioni come rifiuti, che li motivano a svalutare il partner e ad allontanarsi da lui. Si tratta di conferma comportamentale quando un tipo di profezia che si auto avvera là dove le aspettative sociali delle persone le inducono a comportarsi in modo da farsi che gli altri confermino le loro aspettative.

CAPITOLO 5: ATTEGGIAMENTI E COMPORTAMENTI

GLI ATTEGGIAMENTI

È una valutazione favorevole o sfavorevole verso un oggetto di atteggiamento. Tutto ciò che ci circonda possono essere oggetti di atteggiamento. Siamo in quel momento valutando positivamente o negativamente un oggetto. Anche gli oggetti astratti sono un atteggiamento (esempio solidarietà è fondamentale).

Il **processo di valutazione** è spesso automatico; inoltre, come hanno dimostrato Wilson e colleghi nel 2000 le persone possiedono un sistema di duplici atteggiamenti: atteggiamenti automatici impliciti e atteggiamenti controllati espliciti; gli atteggiamenti espliciti verbalizzati possono essere modificati con l'istruzione e la persuasione, mentre gli atteggiamenti impliciti cambiano lentamente, con l'esercizio la conseguente creazione di nuove abitudini. Alcuni studi che hanno analizzato il funzionamento del cervello quando si incontrano persone, oggetti o si vivono certe situazioni dimostrando come l'amigdala sia coinvolta nelle prime valutazioni, positive o negative che siano.

Un atteggiamento resiste sempre a qualcosa che funge da stimolo, che attiva in noi un atteggiamento che può essere positivo o negativo. Non tutto ciò che ci circonda può essere oggetti di atteggiamento suscitando in noi lo stesso interesse. All'inizio si pensa che gli atteggiamenti potessero essere solo negativi o positivi. Tuttavia, può esserci anche un atteggiamento di indifferenza, quindi la mia reazione negativa o positiva verso l'oggetto è bassa, perché non lo trovo particolarmente interessante. Un altro aspetto può essere l'ambivalenza, ovvero ci sono una serie di oggetti che muovono in noi sia una alta reazione positiva sia un'alta reazione negativa.

Quindi questo è ciò che si chiama **direzione** dell'atteggiamento, che quindi può essere: positivo, negativo, mista/ambivalente, in differenza.

Inoltre, gli atteggiamenti possono avere anche una **forza**: più un atteggiamento è forte e più è difficile da cambiare.

Quindi è importante studiare sia la direzione che la forza dell'atteggiamento, ovvero il valore tra la associazione tra oggetto e valutazione.

Secondo Kats gli atteggiamenti hanno moltissime funzioni: funzioni conoscitive, ego difensive, ci permettono di appartenere a un gruppo e di guadagnarne l'approvazione, ci consentono di esprimere i nostri valori.

Gli atteggiamenti: definizione e funzione

Un altro elemento da prendere in considerazione è l'ambivalenza cognitiva o emotiva, in quanto le ricerche affermano che gli atteggiamenti sono composti da tre elementi:

- Conoscenze → ciò che si sa
- Affetti → ciò che si prova

- Comportamenti → ciò che si fa

All'inizio negli anni 60/70 affinché un atteggiamento si consolidasse era necessario avere tutte e tre le competenze. Successivamente, le ricerche effettuate negli anni 90, si mostrò non necessario avere tutte e tre le componenti per un atteggiamento, se ci sono tutte e tre l'atteggiamento sarà molto forte, però ne basta anche solo una di queste molto solida per formare un atteggiamento.

Il **modello** rappresentato è quello **ABC**:

- **Affect** → componente affettiva, le reazioni emotive, quindi ciò che provo.
- **Behaviour** → componente comportamentale, quindi le informazioni che ne derivano dal mio comportamento (quindi l'avvicinamento o allontanamento da quell'oggetto).
- **Cognition** → sono le conoscenze che si hanno e si sanno.

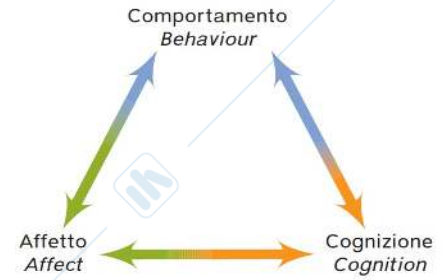


FIGURA 5.1 ■
L'ABC degli atteggiamenti.

Quindi, ogni atteggiamento può basarsi su sentimenti o affetti (Affect), su comportamenti (Behaviour) e su cognizioni (Cognition)= A B C.

Gli atteggiamenti rispondono quindi a un nostro bisogno automatico di valutazione ma, secondo l'approccio funzionalista, svolgono anche funzioni utili:

- Per prima cosa gli atteggiamenti aiutano a conoscere a capire il mondo, a interpretarlo e dargli un senso (funzione conoscitiva). Gli atteggiamenti sono anche utili perché consentono di rinforzare la propria identità attraverso l'espressione dei valori che riteniamo importanti (funzione di espressione dei valori).
- Gli atteggiamenti hanno, inoltre, una funzione di difesa dell'io in quanto aiutano le persone a conseguire un'identità più positiva. La funzione ego-difensiva corrisponde al concetto di meccanismo di difesa: protegge la persona dal contatto con realtà, interne o esterne, sgradevoli. Serve, di fatto, a ridurre l'ansia che sorge quando l'io si sente minacciato.

Kats sostiene che gli atteggiamenti possono rispondere ad uno o più di queste funzioni a seconda del contesto in cui la persona si trova. Inoltre, egli sostiene che noi cambiamo i nostri atteggiamenti quando non soddisfano più i nostri bisogni psicologici.

La scala di valutazione del bisogno (need to evaluate)

Gli atteggiamenti possono essere di due tipi:

- **Espliciti** → li vediamo e osserviamo
- **Impliciti** → non ne siamo del tutto consapevoli

MISURAZIONE DEGLI ATTEGGIAMENTI: può essere diretta o indiretta

Le espressioni degli atteggiamenti possono essere misurate in modo diretto o indiretto.

Misure Dirette → lo si fa attraverso:

- **Auto-descrizioni** → ci aiutano a capire gli atteggiamenti delle persone
- **Osservazioni** → strumento accompagnato da altri che ci aiuta a individuare cosa ha mosso un comportamento, aiutandoci a capirne la sua totalità
- **Scale** → strumenti spesso usati sia per la ricerca, che per la consulenza e la terapia

1. **Scala Likert** → serie di affermazioni, positive o negative, con una scala di accordo e disaccordo, che consente di fare operazioni statistiche come l'aggregazione delle risposte sullo stesso oggetto o il calcolo della media.
2. **Differenziale semantico** → serie di coppie di aggettivi bipolari, divisi da 5/7 possibilità di risposta, in relazione ad un oggetto iniziale, e in cui vengono inseriti i tratti centrali di cui parlava Asch (tratti centrali necessari per ancorare la risposta delle persone e la lettura che ne scaturisce). L'oggetto di atteggiamento viene posto all'inizio del questionario. Questo, da il profilo di una persona rispetto all'oggetto di valutazione, la parte interessante è che si può proporre in più momenti per capire la differenza dell'atteggiamento. Quindi si può avere il profilo di una persona e valutarlo nel tempo.

Misure Indirette → per bypassare la misura degli atteggiamenti sono state sviluppate le misure indirette dell'atteggiamento. Quindi per andare a misurare atteggiamenti di cui non siamo consapevoli. Le misure indirette sono:

- **Elettromiografica facciale** → misura le reazioni fisiologiche, in particolare per misurare l'attività elettrica dei muscoli del viso (quasi sempre muoviamo i muscoli facciali, e non sempre sono visibili). Se si rileva un aumento dell'attività dei muscoli zigomatici allora si ha un atteggiamento positivo. Al contrario l'aumento dell'attività dei muscoli corrugatori indica un atteggiamento negativo.
- **Bogus Pipeline (finto collegamento)** → si fa credere a una persona di essere collegata alla macchina della verità.
- **IAT (Implicit Association test)** → serve per misurare degli atteggiamenti. Si tratta di un test di associazione implicita, e serve nel completare dei compiti di categorizzazione da parte dei soggetti. Questo misura i tempi di risposta ai quesiti, ovvero i tempi di latenza. Serve per misurare i pregiudizi verso alcune categorie di persone (afroamericani, persone obese, etc.).

Funzione degli atteggiamenti

Gli atteggiamenti rispondono a un nostro bisogno automatico di valutazione ma, secondo l'approccio funzionalista, svolgono anche alcune utili funzioni.

- **Funzione adattiva/di adattamento sociale** → Gli atteggiamenti aiutano le persone a raggiungere i propri obiettivi ed evitare esperienze negative.
- **Funzione conoscitiva** → Gli atteggiamenti aiutano le persone a strutturare e organizzare la loro conoscenza delle persone e del mondo
- **Funzione di espressione dei Valori** → Gli atteggiamenti aiutano le persone ad esprimere se stesse e a comunicare con gli altri i valori fondanti la propria identità
- **Funzione ego-difensiva** → Gli atteggiamenti aiutano le persone a proteggersi dai danni psicologici derivati dall'ansia che minacce interne o esterne potrebbero sviluppare.

TABELLA 5.1 ■ Le funzioni psicologiche degli atteggiamenti

Funzione dell'atteggiamento	Serve alle persone per	Prospettiva psicologica che ha sviluppato lo studio della funzione
Conoscitiva	Strutturare un mondo che abbia un senso	Cognitivismo
Espressiva dei valori	Esprimere importanti aspetti del proprio sé e i valori in cui si crede	Psicologia umanistica
Egodifensiva	Proteggere il sé da conflitti interni o da verità spiacevoli	Psicoanalisi
Adattamento sociale	Ottenere ricompense e benefici dagli altri	Comportamentismo

RAPPROTO TRA ATTEGGIAMENTO E COMPORAMENTI

Rapporto tra atteggiamenti e comportamenti

Gli atteggiamenti guidano i comportamenti in maniera spontanea e diretta: inizialmente la relazione tra atteggiamento e comportamento veniva data per scontata. Ci sono situazioni in cui il legame diretto c'è.

Ci sono stati numerosi tentativi volti a mettere in dubbio il fatto che gli atteggiamenti siano in grado di predire il comportamento. Wicker propose una conclusione sconcertante: gli atteggiamenti manifesti delle persone difficilmente sono in grado di predire i loro comportamenti. Dalle sue analisi emerse che:

1. Gli atteggiamenti degli studenti verso l'imbroglione erano scarsamente correlati con la probabilità che si mettessero in atto imbrogli reali;
2. Gli atteggiamenti verso la Chiesa erano solo debolmente connessi alla frequenza domenicale alle funzioni religiose;
3. Gli atteggiamenti razziali auto descritti fornivano un esile indizio dei comportamenti in situazioni reali.

Altri psicologi sociali sono giunti a conclusioni diverse: gli atteggiamenti predicono i comportamenti quando sono specifici e quando sono potenti.

→ Il nesso tra atteggiamenti e comportamenti era stato già messo in discussione da prima, in particolare da un **esperimento di La Pierre**.

Esperimento di La Pierre: La Pierre aveva avuto già il dubbio che tra atteggiamenti e comportamenti ci fosse un comportamento diretto, e voleva smentirlo andando in una situazione completa.

Nel 1934, in Florida, la comunità cinese si stava radiciando e occupando attività commerciali (si proponeva come un interlocutore solido nell'ambito del commercio), questo va a mettere in discussione le comunità della California; infatti, hanno messo cartelli in alcune città con su scritto "i cinesi non sono graditi". Quindi ci troviamo in un contesto di forte discriminazione (la comunità cinese rba posti di lavoro, si occupa di commerci,). La Pierre voleva quindi vedere se ci fosse correlazione tra atteggiamento e comportamento; quindi, con due amici (con tratti somatici cinesi)

visita una serie di hotel e ristoranti negli stati uniti, e chiedono una singola per La Pierre e una doppia per gli amici. In questo caso va tutto liscio, in quanto in 250 strutture su 251 vengono accettati (accolti nei ristoranti/musei).

Poi però La Pierre voleva verificare l'atteggiamento, quindi manda una lettera a tutte le strutture chiedendo se accettassero una coppia cinese in viaggio di nozze. E successo che l'1% ha detto sì, il 92% sì, il 7% sì ma con condizioni.

Questo ha messo in luce come comportamento e atteggiamento in realtà non sempre combaciano. Il problema era che l'esperimento di La Pierre è stato **criticato** e i suoi risultati non sono stati considerati non validi: ovvero il fatto che i due amici cinesi erano laureati, parlavano perfettamente inglese e vestivano in maniera occidentale; quindi, venivano accettati dal vivo perché queste caratteristiche potevano essere tuttavia, quando veniva chiesto in maniera generale non veniva specificato. Un'altra cosa è che dal vivo vi era anche lui con le due persone cinesi che faceva da mediatore.

Si cerca di capire come l'atteggiamento verso un comportamento può guidare il comportamento stesso e quali sono le, variabili che intervengono tra atteggiamento e comportamento per determinare il comportamento stesso.

Tra comportamento e atteggiamento e quindi presente una variabile.

Teoria dell'azione ragionata (theory of reasoned action, TRA), di Fishbein e Ajzen

Gli studi che evidenziano un rapporto debole tra atteggiamento e comportamento utilizzavano misure di atteggiamenti generali e di comportamenti specifici. Fishbein e Ajzen (1974) hanno sviluppato la teoria dell'azione ragionata (TRA) che sostiene che specifiche intenzioni di agire un certo comportamento sono buoni fattori predittivi di comportamenti specifici.

La variabile che sta tra atteggiamento e comportamento è **intenzione**.

L'atteggiamento non determina direttamente il comportamento, ma l'atteggiamento determina un'intenzione, ovvero la decisione di intraprendere un comportamento.

Bisogna avere un atteggiamento positivo verso il comportamento, questo determina l'intenzione comportamentale. Però queste tre variabili non bastano per determinare il comportamento. Un'altra variabile che impatta sull'intenzione sono le norme soggettive (quello che pensano gli altri).

Quindi le variabili sono in totale 4

atteggiamento verso il comportamento e **norme soggettive** → determinano

l'intenzione comportamentale → determina il **comportamento**

L'**atteggiamento verso il comportamento** è determinato da:

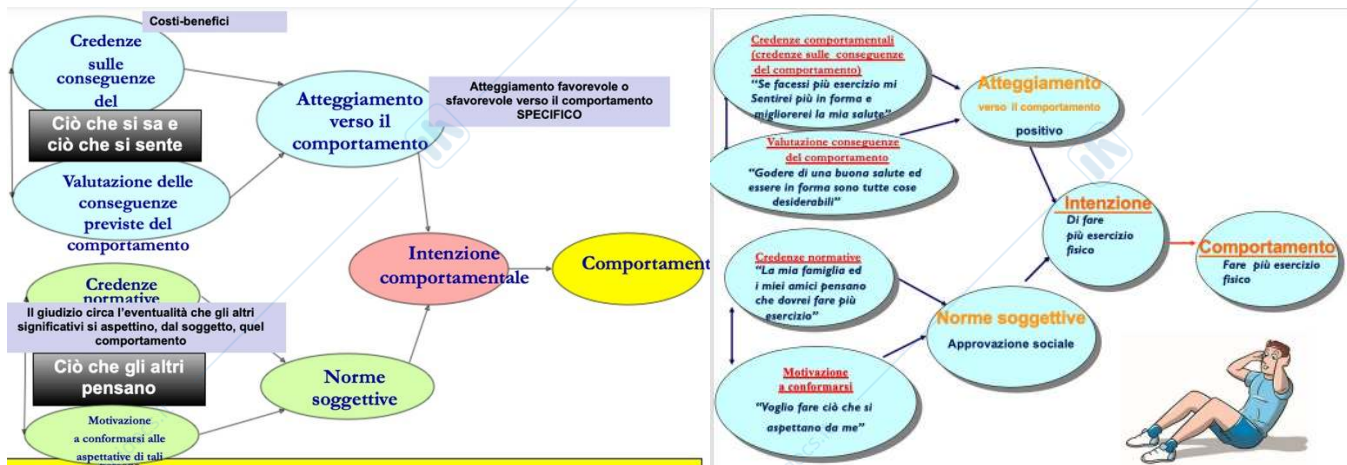
- Credenze sulle conseguenze del comportamento
- Valutazione delle conseguenze previste del comportamento

Le **norme soggettive** sono determinate da:

- Credenze normative
- Motivazione a conformarsi alle aspettative delle altre persone

In altri termini, la teoria sostiene che è un comportamento verrà messo in atto se l'atteggiamento della persona verso di esso sarà favorevole la norma soggettiva lo sosterrà: in questo caso atteggiamento è normale termineranno l'intenzione a mettere in atto il comportamento, la quale a sua volta determinerà il comportamento stesso. Il ruolo dell'intenzione è quindi cruciale. Analogamente, le norme soggettive sarebbe una funzione della percezione della pressione da parte di specifiche persone e gruppi di riferimento ad adottare il comportamento in questione. La TRA È stata

fatta oggetto di aspre critiche, soprattutto perché sembra presupporre che il comportamento sia sempre sotto il controllo volitivo delle persone, mentre ormai risaputo che esistono comportamenti che non dipendono completamente dalla volontà della persona ma da circostanze situazionali.



Quando gli atteggiamenti sono potenti?

Gran parte del nostro comportamento è automatico. Questo automatismo è ad attivo: libera la mente permettendole di lavorare su altre cose, inoltre ci permettono di sentirsi di appartenere a un gruppo e di guadagnarci l'approvazione.

Quando il comportamento influisce sugli atteggiamenti?

L'assumere un nuovo ruolo apporta dei cambiamenti nel soggetto: atteggiamenti preesistenti vengono modificati e dei nuovi sviluppati, al fine di avere coerenza tra comportamenti e atteggiamenti. A volte quando le persone sono obbligate ad affermare qualcosa in cui dubitano o non credono, finiscono per crederci comunque, "dire diventa credere".

- Tattica del Piede nella Porta: tecnica utilizzata per assicurare l'adesione a una richiesta impegnativa chiedendo dapprima alle persone di accondiscendere a una richiesta meno impegnativa (es. seduzione finanziaria, politica o sessuale) creando una situazione di complicità
- Tecnica del Tiro Mancino di CIALDINI (1978): tecnica in cui una persona che intende esercitare un'influenza si assicura l'adesione a una richiesta minore e poi aumenta il costo che comporta tenere fede alla parola data o all'impegno assunto.

In tempo di guerra il comportamento cambia l'atteggiamento così tanto che più una persona fa del male a un'altra, più riadatta i propri atteggiamenti e più è facile che continui a fare del male.

Perché il comportamento influisce sugli atteggiamenti?

Gli atteggiamenti sono influenzati dalle azioni, ci sono tre teorie:

Teoria dell'Autopresentazione (Gestione dell'Impressione): comportarsi in modo falso, diverso da quello che siamo/crediamo davvero, per gestire l'impressione che gli altri hanno di noi; si vuole avere una buona impressione per ottenere ricompense sociali e materiali, per sentirsi meglio e per acquistare sicurezza sulla propria identità sociale.

Teoria della Dissonanza Cognitiva (Autogiustificazione) di FESTINGER (1957): i nostri atteggiamenti cambiano per il "bisogno di coerenza". Percepriamo una tensione quando due pensieri o credenze, simultaneamente accessibili, sono psicologicamente incoerenti, in questo caso Atteggiamento Vs. Comportamento,

perciò mutiamo gli atteggiamenti, nonostante la tendenza al conservatorismo cognitivo, per due principali motivi:

- Il comportamento è già stato condotto a termine
- Per il "principio del minimo sforzo".

Atteggiamento → comportamento incoerente con l'atteggiamento → Cambio dell'atteggiamento.

Dire o fare volontariamente delle cose indesiderabili ci crea tensione perché, secondo la Teoria dell'Autoaffermazione di Claude STEELE: gli individui spesso sperimentano una minaccia all'immagine di sé dopo essersi impegnati in un comportamento indesiderabile; questo può essere compensato affermando un altro aspetto del sé (es. un altro ambito).

Per ridurre la dissonanza:

- Ridurre l'importanza di uno degli elementi dissonanti.
- Aggiungere elementi cognitivi consonanti.
- Modificare l'atteggiamento

New Look di COOPER e FAZIO (1984): quattro fasi necessarie affinché si verifichi la dissonanza cognitiva di FESTINGER:

1. Percezione dell'incoerenza tra atteggiamento e comportamento + comprensione delle conseguenze negative.
2. Responsabilità personale: libertà della scelta + prevedibilità delle conseguenze dei comportamenti assunti.
3. Attivazione fisiologica: sensazione di tensione.
4. Attribuzione dell'attivazione fisiologica al comportamento agito.

→ Cambiamento dell'atteggiamento.

Effetto della Giustificazione Insufficiente: la riduzione della dissonanza grazie alla giustificazione interna del proprio comportamento, quando quella esterna è insufficiente. Questo dimostra che l'incoraggiamento e l'incitamento dovrebbero essere sufficienti a suscitare un'azione desiderata (es. professori con alunni o genitori con i figli).

Teoria dell'autopercezione (Auto-osservazione) di BEM(1972): se insicuri sui nostri atteggiamenti, usiamo il nostro comportamento e le circostanze in cui avviene per trarne indizi e formarli. È più probabile che le inferenze su sé stessi vengano tratte da comportamenti che si ritiene di aver scelto liberamente e guidati da motivazione intrinseca. *"Faccio quello che voglio fare anziché quello che devo fare"*. → Verificata dagli Esperimenti Facciali di James LAIRD (1974) e quello di VAUGHAN e LANZETTA (1981).

Effetto della Giustificazione Eccessiva: è il risultato del indurre le persone a fare soldi per ciò che facevano per piacere; di conseguenza non pensano più alle loro azioni come a qualcosa di piacevole ma come a qualcosa di controllato dall'esterno (ex. ricompensa anticipata = diminuzione motivazione intrinseca)

RAPPRESENTAZIONI SOCIALI

Ogni volta che abbiamo a che fare con un intervento psicologico ci sarà la necessità di capire quali sono i significati che le persone danno ad alcuni contenuti. Ogni oggetto sociale conoscibile può innescare una serie di rappresentazioni sociali che variano tra i gruppi sociali. Il contesto ha un'importante influenza nella percezione che si ha riguardo qualcosa; può essere modificato nel tempo.

≠ dalle rappresentazioni cognitive poiché sono un principio organizzatore della conoscenza che è mobile in relazione alle situazioni contestuali.

Emile Durkheim (1898)

Rappresentazioni collettive → Durkheim affermava che vi sono popoli più primitivi che hanno determinate rappresentazioni collettive (tipo su cos'è la malattia, la terra, ecc.). Poi però ci sono le rappresentazioni collettive di altri popoli (come gli occidentali, ecc.).

La caratteristica di tali rappresentazioni collettive è che sono rigide.

Serge Moscovici (1961)

Egli parla di **rappresentazioni sociali** come dinamiche e si sviluppano quando le persone entrano in contatto sugli oggetti che il contesto offre loro. Quindi le rappresentazioni sono dinamiche e si possono modificare. Egli vuole introdurre il concetto di senso comune.

Moscovici descrive la sua tesi sulla psicoanalisi, e lui si chiedeva come la gente, senza aver letto/studiato Freud parlasse di psicanalisi. Quindi le persone fanno esperienza individuale (anche di psicoanalisi), e l'hanno condivisa.

Le rappresentazioni sociali sono sistemi di idee, di valori, ma anche veri e propri sistemi cognitivi con una logica e un linguaggio proprio. Quindi, sono teorie di conoscenza vere e proprie costruite nell'interazione sociale quotidiana all'interno e grazie alla comunicazione interpersonale e sociale. Sono utili per la scoperta e l'organizzazione della realtà. Si tratta di uno strumento concettuale capace di esprimere l'interscambio tra livello individuale e livello collettivo.

Definizioni di Moscovici delle rappresentazioni sociali: Gli individui e i gruppi

producono/comunicano le loro rappresentazioni e le soluzioni che loro stessi si pongono a tutti.

Queste hanno un impatto decisivo sulle loro relazioni sociali, sulle loro scelte (norme comportamentali) e il loro modo di pianificare il futuro. [Per esempio: i media sono una grande fonte di rappresentazione sociale, perché ci forniscono molte informazioni che permettono di costruirci un fondamento su una realtà che possiamo non conoscere].

A cosa servono? Le rappresentazioni sociali sono una forma di elaborazione di un oggetto sociale da parte di una comunità/gruppo che permette ai suoi membri di comportarsi e comunicare in maniera comprensibile.

Rappresentazioni sociali (definizione): sono sistemi di idee di valori ma anche veri e propri sistemi cognitivi con una logica e un linguaggio proprio, sono teorie di conoscenza. Infatti, attraverso le rappresentazioni sociali noi conosciamo e nel mentre costruiamo contemporaneamente la realtà. Sono utili per la scoperta/organizzazione della realtà dando delle caratteristiche ad ogni oggetto sociale con cui interagiamo. Si tratta di uno strumento capace di esprimere l'interscambio tra livello individuale e collettivo. L'elaborazione di un oggetto sociale, da parte di una comunità, che permette ai suoi membri di comportarsi a comunicare in maniera comprensibile.

→ io conosco e costruisco la rappresentazione sociale e da lì provengono anche le norme di comportamento (esempio con la forchetta la prendo in mano per mangiare, la Sirenetta non la conosce e la usa per pettinarsi), ci permettono di avere un linguaggio comune.

Funzioni delle rappresentazioni sociali:

- Funzione cognitiva = Rendere noto l'ignoto, creare universo di conoscenze che ce le rende note e aiutarci a sentirci a casa.
- Funzione di favorire gli scambi interpersonali e sociali = quindi aiutare la comunicazione tra i membri di una comunicazione dotandoli di codici in modo da classificare la realtà/ storia individuale/sociale. non a creare un contesto sociale,

una cultura, nella quale le persone condividono rapporti di routine, riti regolari di incontro e di conversazione. Essa influenza nel cambiamento, agendo sul comportamento delle persone che appartengono a una determinata comunità o gruppo nel quale la rappresentazione sociale condivisa.

- Costruzione dell'identità aiutando le persone a comunicare con un gruppo. Questa funzione è collegata a quella precedente, infatti nella misura in cui tali contenuti sono condivisi, le rappresentazioni sociali funzionano anche come strumenti di affermazione simbolica di un'identità e di un'appartenenza.

Moscovici nel 1984 propone un raggruppamento in tre categorie da lui definite ipotesi, delle potenziali funzioni delle rappresentazioni:

1. La prima ipotesi è detta dell'interesse. Le persone e i gruppi costruiscono nei discorsi che conciliano le posizioni contrapposte di due o più individui e che vanno nella direzione di favorire la posizione che ha più potere, distorcendo la realtà obiettiva.
2. La seconda ipotesi è detta dell'equilibrio. Le rappresentazioni sociali sono utilizzate come mezzi e strumenti che risolvono le tensioni emotive o psichiche dovute all'insuccesso alla mancanza di integrazione sociale.
3. La terza ipotesi è detta del controllo. Secondo tale categoria, le rappresentazioni sono utilizzate dai gruppi per filtrare le informazioni che provengono da sistemi o ambienti esterni, come per controllare la realtà delle persone di quel gruppo che le utilizza già nei confronti degli scopi del gruppo.

Come si formano le rappresentazioni sociali?

Le persone i gruppi creano le rappresentazioni nel corso della comunicazione della cooperazione. Le rappresentazioni sociali si formano attraverso due processi: l'ancoraggio e l'oggettivazione.

ANCORAGGIO → si tratta di idee insolite le riconduciamo a categorie di immagini familiari e note a noi per poterle interpretare, per interpretare nuove nozioni usiamo vecchie nozioni [esempio: il covid è una nuova nozione lo abbiamo interpretato come una sorta di influenza (che è una vecchia nozione)].

OGGETTIVAZIONE → trasformare qualcosa di astratto in concreto e per fare ciò possiamo:

- Personificazione: uso di persone per rappresentare un'idea [esempio: uso di Freud per indicare psicanalisi].
- Figurazione: si tratta dell'uso di metafore o immagini concrete [esempio: è come una volpe]

(STUDI RECENTI)

La Scuola di Aix-En-Provence di Claude FLAMENT e Jean Pierre ABRIC

Le rappresentazioni sociali sono composte da:

- Nucleo Centrale: esprime il significato e la struttura della rappresentazione e possiede due funzioni:
 - Generatrice: creazione e trasformazione dei significati degli elementi rappresentativi.
 - Organizzatrice: lega e organizza i legami tra elementi della rappresentazione.
- E una proprietà:
 - Di stabilità: in esso risiedono gli elementi della rappresentazione più stabili e più resistenti al cambiamento.

- **Sistema Periferico**: costituito dalla parte più viva e accessibile della rappresentazione; il loro ruoli sono:
 - Prescrivere i comportamenti delle persone
 - Personalizzare la rappresentazione con coerenza rispetto al contesto
 - Proteggere il nucleo centrale.
 Seguendo tre fasi: Fase di Emergenza (comparsa di un nuovo oggetto associato a saperi stabili e consensuali), Fase di Stabilità (utilizzo dei saperi elaborati) e Fase di Trasformazione (nucleo centrale cambia, si arricchisce di nuovi elementi dando vita a un cambiamento più o meno radicale).

La Scuola di Ginevra - Approccio Genetico di Willem DOISE (1986)

Le persone costruiscono i significati a partire da ciò che già sanno e dalle posizioni sociali che occupano (ruoli/status).

Approccio Dialogico di Ivana MARKOVA (2003)

Introduzione del concetto di Thèmata, ovvero massime, credenze, valori, categorie e definizioni sociali; il loro potere è di modellamento delle nuove informazioni su quelle già esistenti. A partire da uno o più Thèmata rilevanti per la cultura nella quale circolano, vengono elaborate rappresentazioni sociali.

+ Rappresentazione sociale si trasforma in norma comportamentale quindi anche azione sociale, queste azioni sociali sono condivise tramite la socializzazione quindi si ha la trasmissione nelle varie generazioni. La rappresentazione sociale proviene anche da una negoziazione sociale di valori norme eccetera, quindi si crea dall'interazione sociale. Tutto ciò forma così la cultura locale, attraverso una serie di rappresentazioni sociali e condivise.

Globalizzazione: una macro-condivisione a livello mondiale di cose che prima si dividevano solo a livello locale.

CAPITOLO 9: PREGIUDIZIO

NATURA E POTERE DEL PREGIUDIZIO

Il pregiudizio (atteggiamento generalmente negativo e preconcetto su un gruppo e sui suoi membri) è un giudizio preconcetto negativo di un gruppo e dei suoi singoli membri. Il pregiudizio è un atteggiamento. Il pregiudizio possiede le medesime componenti dell'atteggiamento: una persona prevenuta può provare antipatia per chi è diverso da lei e comportarsi in modo discriminatorio, credendolo ignorante e pericoloso.

Il pregiudizio riguarda tutti gli esseri umani, è infatti un processo normale e naturale. Freud parlava di pregiudizio come se fosse una patologia, oggi però sappiamo che il pregiudizio non è una patologia, ma è un processo che tutte le persone mettono in atto.

Qualsiasi gruppo sociale può essere soggetto di pregiudizio (per tipologia di religione, etnia, genere, orientamento sessuale, orientamento politico, età, caratteristiche fisiche, etc.). Storicamente il pregiudizio più indagato è quello legato di genere e etnia. Il pregiudizio è un tema non solo della psicologia sociale, ma che incontriamo

spesso nella nostra vita. Il meccanismo del pregiudizio è sempre lo stesso, cambia solo il contesto.

La parola **stereotipo** è stata coniata da un giornalista (Walter Li) molto attento agli aspetti di formazione delle idee delle persone, e affermava di aver notato che a volte le persone si formano nella testa delle piccole immagini, e scrive un testo in cui afferma che quando le persone si devono creare delle idee su certi gruppi sociali, si formano delle immagini mentali che egli chiama stereotipi. Queste sono immagini mentali fisse che non cambiano, e sono appunto gli stereotipi, che una volta creati non vanno più via. Successivamente gli psicologi sociali prendono il concetto di stereotipo e lo definiscono come una credenza (positiva o negativa) sugli attributi personali di un gruppo sociale.

Natura del pregiudizio → i pregiudizi sono dei **preconcetti generalmente negativi** su un gruppo e i suoi membri. Essi partono dal senso di non gradimento di chi è diverso e ciò comporta a comportarsi nei loro confronti in modo discriminatorio (ritenendo l'ignoranti/pericolose). Le valutazioni negative sono spesso sostenute da credenze negative, ovvero gli stereotipi. Quindi, i pregiudizi si basano sullo stereotipo.

Le componenti del pregiudizio

Il pregiudizio ha più componenti, e sono:

- **Cognitiva** → ovvero ciò che si pensa di conoscere, le credenze, le convinzioni rispetto ad un oggetto sociale.
- **Affettiva** → cioè i sentimenti e le emozioni che l'oggetto sociale suscita.
- **Comportamentale** → concernente le intenzioni passate o l'orientamento all'azione futura.

Forma implicita o esplicita del pregiudizio → Le valutazioni preconette/stereotipate possono verificarsi al di fuori della nostra consapevolezza. Inoltre, i pregiudizi illustrano un doppio sistema di atteggiamenti:

espliciti(consapevoli) o **impliciti**(automatici). I pregiudizi impliciti coinvolgono aree primitive del cervello associate alla paura, come l'amigdala, mentre le elaborazioni controllate sono più strettamente associate all'attività della corteccia frontale che concerne il pensiero consapevole. Quindi, quelli espliciti cambiano con l'educazione mentre impliciti tendono a persistere nel tempo

La discriminazione → la discriminazione, al contrario dello stereotipo (è una credenza) e del pregiudizio (è un atteggiamento), è un comportamento. La discriminazione ha sempre una valenza negativa, ed è ingiustificato, si tratta di un'azione o comportamento verso un gruppo o suoi membri. Quelli più studiati sono il razzismo e il sessismo.

Pregiudizio di Genere → Dalla ricerca sugli stereotipi due conclusioni sono indiscutibili: esistono forti stereotipi di genere e, come spesso accade, i membri del gruppo stereotipato accettano gli stereotipi. Nel capitolo precedente abbiamo visto come l'uomo e la donna medi differiscano alquanto in termini di relazioni sociali, empatia, potere sociale e aggressività ecc. tali stereotipi sono persistiti verso il tempo e la cultura. Nel tempo gli atteggiamenti verso le donne sono cambiati tanto rapidamente quanto quelli razziali. La maggior parte delle persone ha più simpatia per le che per gli uomini e percepisce nelle donne maggior comprensione e disponibilità. Come per il pregiudizio razziale, il pregiudizio di genere manifesto sta scomparendo, ma sopravvive quello latente. Se si violano gli stereotipi di genere probabilmente si avrà una reazione. Le persone fanno caso a una donna che fuma un sigaro o a un

uomo in lacrime. Nel mondo al di fuori dei Paesi democratici occidentali, la discriminazione di genere è ben marcata. Il tasso di analfabetismo femminile (20%) è quasi il doppio di quello maschile. Nemmeno le speranze che i genitori ripongono nei propri bambini sono neutre dal punto di vista del genere. Molti sembrano impazienti di avere figli intelligenti e figlie belle e slanciate. Per concludere, il pregiudizio esplicito contro le persone di colore e contro le donne è molto meno comune oggi di quanto lo era a metà del XX secolo, tuttavia, le tecniche utilizzate per studiare il pregiudizio implicito rivelano ancora la presenza di bias.

Pregiudizio verso l'omosessualità → Le persone gay e lesbiche di gran parte del mondo non sono libere di esprimere con serenità chi sono e chi amano. In molte nazioni le relazioni tra persone dello stesso sesso costituiscono un reato penale. Molte persone eterosessuali diffidano dal socializzare con gay e lesbiche per timore di essere considerati a loro volta omosessuali. I gay e le lesbiche che sono vittime di discriminazione sono sottoposti a rischi più alti di ansia e depressione.

LE FONTI DEL PREGIUDIZIO

Le fonti (ovvero come il pregiudizio/la discriminazione nascono e si mantengono) del pregiudizio si possono ricondurre a tre gruppi: fonti cognitive, fonti motivazionali, fonti sociali.

Fonti COGNITIVE sono:

- **Categorizzazione** → per semplificare l'ambiente circostante si tende a classificare e categorizzare il mondo, racchiudendo gli oggetti in gruppi. Questo è un processo normale che mettiamo in atto quotidianamente per vivere e leggere la realtà del mondo in cui viviamo. Uno dei bias che ci induce a mettere in atto la categorizzazione è l'**effetto dell'omogeneità dell'outgroup** → ovvero la percezione che i membri dell'outgroup siano più simili tra di loro rispetto ai membri dell'ingroup (esempio: i cinesi sono tutti uguali). Altre condizioni che rendono la categorizzazione più probabile sono: quando siamo di corsa preoccupati, stanchi, eccitati, di fretta.
- **Salienza** → capacità di un indizio di attrarre l'attenzione all'interno di un contesto (la nostra attenzione è attratta da ciò che è insolito), tuttavia ciò può andare a distorcere i giudizi.

Fonti MOTIVAZIONALI: motivazioni delle persone influenzano i pregiudizi (le persone tendono a vedere se stesse e i loro gruppi come superiori agli altri). La **frustrazione (verso un capo espiatorio)** può generare ostilità, in particolare quando la causa della frustrazione è minacciosa/sconosciuta si tende a spostare l'aggressività verso un capro espiatorio (esempio: frustrazione economica = immigrati).

Poi tra le fonti motivazionali si possono riconoscere anche la:

- **Teoria del conflitto realistico** → secondo cui il pregiudizio nasce dalla competizione tra gruppi per risorse insufficienti
- **Teoria della deprivazione relativa** → anche quando le risorse sono insufficienti i gruppi competono qualora gli altri godono di privilegi maggiori

Fonti SOCIALI sono:

- **Socializzazione** → processo attraverso cui le generazioni adulte trasmettono alle nuove il patrimonio simbolico accumulato fino a quel momento (conoscenze/capacità/ atteggiamenti). Altre istituzioni: famiglia/scuola/media.

- **Personalità autoritaria** → personalità incline all'intolleranza verso le persone di status sociale inferiore. Le loro paure vengono alla superficie in forma di pregiudizio.
- **Orientamento alla dominanza sociale** → tendenza a preferire una società gerarchica con gruppi dominanti/dominati. Il beneficio di essere in una posizione dominante tende a promuovere questo orientamento/giustizia (esempio: disuguaglianza di status genera pregiudizi).
- **Sistema istituzionale** → le istituzioni possono promuovere i pregiudizi attraverso politiche/rafforzando in modo passivo lo status e spesso passano inosservati (esempio: le fotografie di riviste e giornali sono orientate verso volti maschili e corpi femminili).

Teoria dell'identità sociale

Si tratta di quando si tende ad apprezzare maggiormente chi appartiene al nostro stesso gruppo (= ci assomiglia) e ciò comporta:

- Valorizzazione dell' in-group (=ci fa stare bene appartenere)
- Effetto omogeneità dell'out-group
- Discriminazione nei confronti dell'out-group e favoritismo in-group (disprezzare out-group rafforza in-group).

Noi valutiamo noi stessi in parte attraverso la nostra appartenenza al gruppo. Avere un senso del "noi" rafforza il concetto di sé, e questo ci fa sentire bene. Non cerchiamo solo il rispetto per noi stessi ma anche l'orgoglio per il nostro gruppo. Senza un'identità personale positiva, le persone spesso cercano autostima identificandosi con un gruppo.

LA MOTIVAZIONE A EVITARE IL PREGIUDIZIO

Ci sono motivazioni che conducono a evitare tali pregiudizi soprattutto negli adulti che si trovano sotto l'influenza dell'alcol poiché perdono la capacità di inibire pensieri indesiderate e sopprimere vecchi stereotipi. La motivazione a evitare il pregiudizio può indurre le persone a modificare i propri pensieri e azioni. Si viene a creare una consapevolezza tra ciò che si dovrebbe sentire e ciò che si sete.

Inoltre, così facendo anche i pregiudizi automatici si attenuano qualora le motivazioni sono interne (e non esterne).

Le motivazioni si basano anche sulle **conseguenze** che può comportare il pregiudizio:

- **Pregiudizi si autoalimentano** → ogni volta che qualcuno si comporta come ci si aspetta conferma la nostra convinzione precedente, ma se un individuo si comporta in modo incoerente rispetto alle nostre aspettative possiamo interpretare il comportamento dovuto a circostanze particolari. Qui sorgono due categorie
 - sotto-categorizzazione o sottotipo → le persone deviano dal proprio stereotipo considerando il comportamento atipico come eccezione alla regola
 - sotto-raggruppamento → le persone deviano dal proprio stereotipo formando un nuovo stereotipo di questo sottoinsieme
- **La profezia si autoavvera** → In "la natura del pregiudizio" Allport ha catalogato 15 possibili effetti di pregiudizi e discriminazioni. Allport riteneva che queste reazioni fossero riducibili a due tipi: quelle che coinvolgevano il biasimo di se stessi e quelle che implicavano il biasimo delle cause esterne.
- **Minaccia dello stereotipo** → c'è preoccupazione qualora c'è uno stereotipo negativo devi venire valutati in base a quello. A differenza della profezia che si autoavvera, esso ha effetti immediati

e spesso volentieri il soggetto è sotto stress e quindi l'ansia lo può indurre a confermare tale convinzione-

- **Interpretazione distorta degli eventi**

È possibile ridurre il pregiudizio?

in determinate circostanze è possibile ridurre il pregiudizio come l'ipotesi del contatto, ossia quando si è a stretto contatto con la persona pregiudicata ma è efficace solo se:

- è prolungato nel tempo e richiede il raggiungimento di obiettivi comuni (es lavori in gruppo).
- se la persona non uno status simile e sono sorrette da un aiuto sociale/istituzionale simile (costumi/valori).

L'ATTRIBUZIONE: IL MONDO È GIUSTO?

Nello spiegare le azioni degli altri frequentemente si commette l'errore fondamentale di attribuzione): si attribuisce così tanto il comportamento degli altri alle loro disposizioni interne che si sottovalutano le importanti forze situazionali. Più le persone presumono che i tratti umani siano caratteristiche fisse, più gli stereotipi sono forti.

Group-serving bias: Thomas Pettigrew (1979,1980) Ha dimostrato come gli errori di attribuzione condizionano le spiegazioni dei comportamenti dei membri del gruppo: Si concedono ai membri del nostro gruppo i benefici del dubbio; Quando si forniscono spiegazioni sugli atti dei membri di altri gruppi, spesso si presume il peggio. Il comportamento positivo dei membri dell'outgroup spesso viene poco considerato: Può essere visto come un caso speciale. I gruppi svantaggiati e quelli che attribuiscono molta importanza alla modestia esibiscono meno questo group-serving bias = sminuire il comportamento positivo dei membri dell'outgroup e attribuire portamenti negativi al loro carattere (giustificando invece quelli del proprio gruppo). In precedenza, è stato osservato che il biasimo della vittima può giustificare lo stato di superiorità di chi biasima. Il biasimo si manifesta quando le persone attribuiscono i fallimenti dell'outgroup alle disposizioni viziate dei suoi membri.

Il fenomeno del mondo giusto

Lerner (1980) affermava che la denigrazione delle sventurate vittime deriva, dal bisogno umano di credere che «lo sono una persona giusta che vive in un mondo giusto, un mondo dove le persone hanno quello che si meritano». Fin dalla prima infanzia, sosteneva, siamo indotti a pensare che il bene va premiato e il male punito, da qui la strada è breve per presumere che chi è baciato dalla prosperità deve essere un buono e chi soffre merita il suo destino. Numerosi studi hanno confermato la teoria del mondo giusto: La tendenza delle persone a credere che il mondo sia giusto e che perciò gli individui ottengano ciò che si meritano e meritino ciò che ottengono. Linda Carli e colleghi sostengono che il fenomeno del mondo giusto colora le impressioni che si hanno delle vittime di abusi sessuali. Questa linea di ricerca suggerisce che le persone sono indifferenti all'ingiustizia sociale non perché non si preoccupano della giustizia ma perché non vedono l'ingiustizia. Coloro che presumono che il mondo sia giusto credono che le vittime dello stupro siano comportate in maniera seduttiva ecc. Tali credenze permettono alle persone di successo di rassicurare se stesse sul fatto di meritare ciò che hanno. Le persone benestanti e sane possono vedere la loro buona fortuna e la sfortuna degli altri come giustamente meritati. Questo spirito conservatore naturale rende difficile il passaggio a nuove politiche sociali, come votai le leggi sui diritti o una riforma fiscale o sanitaria. Dopo

l'instaurazione del cambiamento, tuttavia, la nostra "giustificazione dei sistemi" provvede al suo mantenimento.

CAPITOLO 7: LA PERSUASIONE

La persuasione è un processo che attraverso atti di comunicazione conduce alla formazione, rafforzamento o modifica degli atteggiamenti. La persuasione richiede varie fasi, per questo è un processo. Nella persuasione è necessari che ci sia intenzionalità e un atto comunicativo. Anche gli atteggiamenti e comportamenti sono fondamentali nella persuasione, perché i cambi di atteggiamenti sono importanti perché e più probabile che poi ci sia anche un cambiamento nel comportamento.

LE VIE CHE CONDUCONO ALLA PERSUASIONE

Paradigma dell'elaborazione dell'informazione Di McGuire e Yale

McGuire formula il primo paradigma della persuasione vede la persuasione come una sequenza specifica di step per poter avvenire, questi sono:

- Presentazione di un messaggio → gli atti comunicativi avvengono attraverso un messaggio persuasivo.
- Attenzione → l'altro deve accorgersi e prestare attenzione del messaggio.
- Comprensione → bisogna comprendere il contenuto del messaggio.
- Accettazione del contenuto del messaggio.
- Ricordo
- Azione → se tutte le fasi precedenti avvengono allora si avrà alla fine un'azione.

Affinché possa avvenire la persuasione è necessario che tutti questi step vengano eseguiti.

Tale modello è stato criticato, perché considera le persone che ricevono il messaggio persuasivo come passive, e che non fanno alcuna riformulazione del messaggio.

Altri autori hanno però evidenziato che non sempre così perché la persona che riceve il messaggio è attivo e può quindi rielaborare il messaggio che riceve.

Approccio della risposta cognitiva

Soggetto come parte attiva nel processo di persuasione, poiché l'opinione soggettiva è importante ai fini della risposta ai messaggi persuasivi. Messaggio chiaro ma non convincente = NO persuasione. Ci sono due modelli, entrambe hanno due vie, considerano l'essere umano un economizzatore di risorse energetiche, la motivazione e abilità cognitive del soggetto sono considerati fattori fondamentali.

Vi sono due modelli:

- **Modello della probabilità di Elaborazione di Petty e Cacioppo - 1986.**
- **Modello Euristico-Sistematico di Eagly e Chaiken -1993**

Questi due modelli prevedono:

- due vie.
- considerano l'essere umano un economizzatore di risorse cognitive (si cerca di fare il meno sforzo per avere massima resa).
- considerano fattori fondamentali la motivazione e le abilità cognitive del soggetto che riceve il messaggio.

Quindi questi due modelli considerano il soggetto come attivo, in quanto valuta il messaggio.

Entrambi i modelli vedono l'applicazione di due vie: via centrale e via periferica

Via centrale → processo di elaborazione sistematica e attenta delle informazioni contenute nel messaggio persuasivo. Questa via presenta:

- Valutazione della qualità delle informazioni fornite dal messaggio
- Mette in relazione il contenuto del messaggio con le informazioni che già possiedono.
- Elaborazione di una nuova valutazione, ovvero valutano se il contenuto del messaggio è corretto e può valere.

Tale via però non permette l'economizzazione delle risorse, perché ne richiede tante (attenzione, leggere bene il messaggio, rielaborarlo, ecc.)

Esiste infatti la seconda via:

Via periferica → processo in cui le persone si focalizzano sugli aspetti superficiali del messaggio e impiegano semplici regole di presa di decisione che portano a stimare in maniera automatica e immediata la validità del messaggio persuasivo. Questa via viene usata:

- In assenza di motivazione e abilità cognitive
- Funziona se ci sono aspetti superficiali che attirano l'attenzione.
- Accettazione senza alcuna riflessione.

Differenza tra i due modelli:

- Nel **modello della probabilità di Elaborazione** si utilizza o la via centrale o la via periferica. Quindi le due vie sono **alternative**.
- Nel **modello Euristico-Sistematico** le due vie prendono due nomi diversi: processo sistematico (=centrale), euristiche (=periferica). In questo modello le due vie vengono usate contemporaneamente. Le due vie si potenziano se sono d'accordo ovvero se entrambe hanno effetto su chi riceve il messaggio. Se una via non ha effetto su chi riceve il messaggio, allora il messaggio persuasivo non viene attivato. Quindi le due vie si **potenziano reciprocamente**.

I due modelli sono due letture differenti del messaggio persuasivo (le pubblicità al 99% utilizzano il modello della probabilità di elaborazione).

I fattori che determinano la scelta della 1^a o 2^a via sono due:

- **Motivazione** → è la rilevanza che l'argomento del messaggio persuasivo riveste per la persona, in riferimento agli obiettivi che si propone di raggiungere.
- **Abilità cognitiva** → si riferisce a tutte le capacità stabili delle persone che ricevono il messaggio persuasivo. Fa riferimento anche all'assenza di condizioni contingenti di disturbo e distrazione che impediscono al soggetto di concentrarsi.

Via centrale → gli ascoltatori devono essere in possesso di abilità cognitive e motivanti. Poi questi fanno un'elaborazione, ovvero un grosso sforzo cognitivo. Analisi particolareggiata e sistematica. Se gli argomenti sono convincenti suscitano concordanze durature.

Via periferica → non richiede abilità cognitive e motivazione da parte degli ascoltatori (ci può essere ma non è necessaria per far avvenire), in quanto usa indizi superficiali/periferici e euristiche. Gli indizi superficiali suscitano simpatia e accettazione, ma in questo caso si avrà un effetto temporaneo e superficiale.

→ quindi, la Via Centrale (o Processo Sistemico) conduce a un cambiamento più duraturo e profondo; la Via Periferica (Euristiche) conduce un cambiamento temporaneo e superficiale. In generale, comunque, è la 2^a via quella ad essere maggiormente usata, accettando il messaggio senza pensarci troppo.

GLI ELEMENTI DELLA PERSUASIONE

La persuasione ne possiede quattro:

1. **Comunicatore**, chi dice il messaggio.
2. **Contenuto**, cosa viene comunicato.
3. **Canale**, la modalità attraverso la quale avviene il processo persuasivo.
4. **Ricevente**, chi riceve il messaggio persuasivo.

Questi sono i quattro elementi chiave che il persuasore deve tenere in considerazione durante il processo persuasivo.

Il comunicatore → le caratteristiche di chi invia il messaggio persuasivo, si rifanno alle euristiche, e sono:

- **Percezione di competenza** (euristica dell'esperto di essere credibile) → questa avviene dicendo cose di cui l'audience è d'accordo. Il fatto che qualcuno mi dice qualcosa con cui concordo me lo fa sembrare più intelligente, simpatico, ecc. (può anche essere che non c'entri niente con il messaggio persuasivo). Un'altra modalità può essere il farsi presentare da qualcuno di esperto sull'argomento, in questo modo si considera quella persona valida.
- **Percezione di affidabilità** → più alta quando il ricevente ritiene che il comunicatore non stia cercando di persuaderlo. Questo non significa di fare i truffatori, ma non esplicitare il fatto che ti sto persuadendo (oppure lo si può dire attraverso l'ironia, che è un altro elemento che attira).
- **La simpatia** → può funzionare sia con la via centrale che periferica. Se si percepisce una persona come simpatica, mi apre un'apertura di attenzione verso ciò che mi sta comunicando. Considerando solo la via periferica la simpatia può scatenare associazioni positive e ricordi positivi.
- **Attrazione fisica (euristica dell'attrattiva)**
- **Somiglianza** → proviamo simpatia per chi consideriamo parte del nostro gruppo (in-group).

Il contenuto → se il livello di istruzione, il grado di analiticità, e di attenzione è basso (di chi riceve il messaggio), bisogna puntare sull'emozione (quindi la via periferica). Al contrario se il livello di istruzione, il grado di analiticità, e di attenzione è alto allora bisogna puntare sulla ragione.

Si possono usare due effetti:

- **Effetto "sentirsi bene"**, ovvero felicitare emozioni positive nelle persone leggono/vedono il messaggio persuasivo
- **Effetto "mettere paura"**, ovvero si riferisce a rischi, e cose brutte che potrebbero succedere. Questo è in genere usato dalle pubblicità progresso dei

ministeri (per esempio se si vuole fare prevenzione su comportamenti non positivi). Un meccanismo di difesa usato spesso dalle persone è la negazione (esempio le immagini sulle sigarette le ignoro o copro). Questo effetto può essere mozzato se alle persone vengono proposte strategie attuabili e concrete alla soluzione del problema.

Un altro elemento è la dissonanza cognitiva, che si basa sul rapporto tra atteggiamento e comportamento. Quando vi è un atteggiamento e comportamento discordante, si cambia l'atteggiamento (perché è più facile e fattibile cambiarlo). Nella persuasione quindi si può usare la dissonanza cognitiva, in quanto lo scopo è cambiare l'atteggiamento. Questo è collegato all'effetto mettere paura, ovvero è necessario che il cambio di atteggiamento avvenga in maniera accettabile a graduale (non drastica perché altrimenti si avrà l'effetto negativo).

Poi ci sono altri due effetti. C'è l'effetto primacy, riguarda la temporaneità del messaggio persuasivo, ovvero si presentano due messaggi in tempo ravvicinato, poi passa del tempo e bisogna accettare un messaggio (e solitamente si ricorda più facilmente il primo).

Poi c'è l'effetto Recency, in cui si presenta un messaggio, e si fa passare del tempo prima del secondo messaggio, poi bisogna decidere quale messaggio accettare, e. si sarà più propensi a ricordare e accettare il secondo messaggio.

Questi due effetti non funzionano al 100%, perché si sono molti fattori che entrano in gioco, però è molto probabile.

Il canale di comunicazione → qua troviamo l'effetto di mera esposizione, ovvero la tendenza a valutare oggetti già visti in precedenza in maniera più positiva rispetto a oggetti che costituiscono una novità.

Se il messaggio è di facile comprensione allora si può usare la forma video e audio per inviare messaggio. Per invece i messaggi più complicati è meglio usare una forma scritta e non una forma audio o video, in quanto essendo complicato (si punta sulla via centrale), le persone devono avere la possibilità di analizzare il messaggio.

Ciò può dipendere anche dalla realistica del mezzo di comunicazione, per esempio il messaggio faccia-faccia, è quello più persuasivo, poi c'è il messaggio videoregistrato, poi audio e poi scritto. Quindi: messaggio faccia-faccia > videoregistrato > audio > scritto

Infatti. Il contatto con le persone produce più persuasione rispetto ai media, perché quest'ultimi danno una sensazione di distacco.

Tuttavia, bisogna sempre tenere in conto del tipo di messaggio da comunicare. Inoltre, si possono anche combinare le varie forme.

Poi abbiamo anche la comunicazione a due fasi, ovvero quando c'è una terza persona che invia il messaggio persuasivo per conto di altri (esempio: influencer che danno codici sconto per l'acquisto di certi prodotti).

Il ricevente → ci sono vari elementi da considerare:

- Autostima, si persuade una persona più facilmente se ha un'autostima alta e media. Se troppo alta è difficile fargli cambiare gli atteggiamenti. Con bassa autostima, sono lente a comprendere e valutare il messaggio.
- Età, gli adolescenti possono essere più facilmente influenzati, perché sono in una fase di sviluppo. Infatti, anche gli anziani sono più persuasivi, perché stanno avendo anche loro un momento di sviluppo verso l'anzianità.
- È più facile persuadere se si prendono in considerazione le obiezioni. Nel caos della persuasione faccia-faccia, bisogna tenere in conto anche di chi fa obiezione, accettandola e rispondendo, e non evitarla. Questo è un modo per ottenere la fiducia.

Altri modi per affrontare l'obiezione e di distrarre le persone a sufficienza da inibire le loro obiezioni. (L'obiezione fa riferimento alla via centrale)

- Bisogno di cognizione, va di pari passo con le abilità cognitive, e si tratta del tratto di personalità che distingue le persone sulla base di quanto a loro piace impegnarsi in attività cognitive difficili.
- Automonitoraggio, le persone con alto automonitoraggio sono più facili da persuadere perché si conforma alle aspettative e alle richieste provenienti dall'esterno (via periferica).

COME RESISTERE ALLA PERSUASIONE

Un modo è la consapevolezza che esistano tali processi, perché attiva in noi campanelli di allarme. Poi ci sono altri elementi come:

- Rafforzare la propria posizione, impegnarsi pubblicamente a sostegno della propria posizione prima di ascoltare il giudizio degli altri. Una volta affermate le proprie convinzioni, si diventa meno suscettibili a ciò che dicono gli altri.
- Credenze: se si è molto sicuri dei propri atteggiamenti e delle proprie opinioni, più credo nella mia posizione e meno avrò possibilità di essere persuaso. Inoltre, un tentativo di persuasione fallace, rafforzerà le mie credenze.
- Immunizzazione dell'atteggiamento: esporre la persona a deboli attacchi ai loro atteggiamenti così da fornire argomenti per confutare attacchi più massicci.

Un messaggio inefficace è peggio dell'essenza del messaggio → se si vuole persuadere qualcuno bisogna stare attenti, perché se non è efficace si rischia di ottenere l'effetto opposto.

CAPITOLO 8: INTERAZIONE NEI GRUPPI

Insieme di due/più persone che condividono un destino comune che li porta a qualche forma di interdipendenza tra loro e che si percepiscono come membri di uno stesso aggregato sociale e riconosciuto come tale da altre persone. È una situazione che viviamo tutti i giorni tutti noi. Esserne parte ha degli effetti:

- Influenza i Pensieri, Comportamenti e Azioni -
- Livello di Autostima: permette di stimarci per quello che siamo
- Assicura dei benefici
- Risponde al bisogno di Appartenenza, Affiliazione e Protezione
- Offre sostegno e fiducia

Fondamentale per capire chi siamo. Due tipologie di gruppi:

- Gruppi primari: più piccoli, in cui ci riconosciamo di più e nei quali si sviluppano delle relazioni più profonde. (es: famiglia, amici, parenti...)
- Gruppi secondari: il singolo assume un compito per il raggiungimento di un obiettivo solitamente produttivo (industria, scolastico...)

Il gruppo può essere espresso attraverso tre termini (si fa riferimento all'origine etimologica):

- **Nodo** → mantiene qualcosa in modo stabile
- **Groviglio** → è un insieme di relazioni, che può diventare confusionario e disordinato.
- **Rete** → qualcosa che ha una struttura e configurazione precisa

Il gruppo Lewin

Secondo Lewin, il gruppo è qualcosa di diverso dalla somma dei suoi membri. Questo significa che il gruppo vive dell'interazioni interne/un'alchimia interna, per cui se si vuole avere un gruppo produttivo, bisogna mettere insieme persone che sono disposte a collaborare. La relazione che hanno le persone tra i gruppi è particolare, perché ogni persona interagisce in modo diverso. Ciò che sottolinea l'essenza non è la somiglianza o la differenza dei gruppi, ma l'interdipendenza che le persone vedono nel gruppo, ovvero quel legame che consente alle persone di raggiungere un obiettivo.

Il gruppo è quindi una totalità dinamica, in quanto l'ingresso o l'uscita di una persona dal gruppo va a produrre un effetto, in quanto causa la rottura dell'interdipendenza. C'è differenza tra:

- **Categorizzazione sociale** → l'insieme di coloro, che in un luogo, condividono una caratteristica comune (è diverso dal gruppo), [esempio: tutte le donne bionde di una città].
- **Gruppo** → insieme di due o più persone che condividono un destino comune, che porta a una qualche forma di interdipendenza tra loro (scopi, attese, ecc.) e che si percepiscono come membri di uno stesso aggregato sociale che è riconosciuto come tale da altre persone [esempio: tutte le donne bionde di un'azienda meccanica che, essendo discriminate in quanto bionde, si costituiscono in gruppo per dimostrare la loro competenza].

Il principio di interdipendenza di Lewin può essere legato al:

- **Destino comune** → si tratta dell'interdipendenza che si sviluppa quando ci troviamo in peculiari situazioni ambientali che portano le persone a percepirsi, in una situazione comune che può portare alla loro salvezza o meno. I legami che si creano nel gruppo consentono alle persone di vivere quell'esperienza in cui si costruiscono delle relazioni che sono significative
- **Del compito** → si tratta dell'interdipendenza che si sviluppa quando le cose che le persone fanno nel gruppo decretano il successo o l'insuccesso del gruppo. Se c'è buona cooperazione nel gruppo allora si avrà un effetto positivo. Se, invece, c'è una competizione si metteranno in azione strategie per cercare di prevalere sugli altri.

A partire da queste riflessioni, si può dire che vi più filoni di studio sul tema del gruppo:

Lewin → riflette su come il gruppo può essere considerato un potente cambiamento del mondo. Se le persone avviano tra pari una discussione su un oggetto (discussione che va molto a fondo), è possibile produrre un cambiamento. Al contrario, di quanto l'invito a cambiare atteggiamento viene dall'esterno, che è meno efficace. Quello che lo psicologo deve fare è accompagnare tali processi e non presentarsi come un esperto e imporre il cambiamento.

[Lewin ha dimostrato tutto questo con l'esperimento delle frattaglie: durante la guerra non c'era filetto e bisognava mangiare le frattaglie; quindi, bisognava convincere le persone a mangiare e cucinare le frattaglie. Ha preso delle massaie e le ha divise in due gruppi. Uno che seguivano un percorso condotto da esperti, come nutrizionisti (che davano consigli su come cucinare le frattaglie). Nell'altro gruppo, non vi è un nutrizionista, ma uno psicologo, che cerca di far nascere un confronto tra il gruppo. Questo esperimento ha dimostrato l'effetto del gruppo, in quanto il 32% delle massaie del gruppo con il confronto ha mantenuto a cucinare le frattaglie, mentre dell'altro gruppo solo 3%].

Sherif → propone la concezione strutturale/architetturale del gruppo. Egli afferma che per capire il gruppo e perché è così potente, è importante studiare la sua struttura. Affinché un gruppo funzioni davvero ci debbano essere:

- **Struttura** che è composta a sua volta da status e ruolo:
 - **Status**: è la posizione che una persona occupa in un gruppo sociale e il prestigio che ne deriva (leader/precari). Tale potere deve essere riconosciuto dagli altri. Lo status crea: ordine, che consiste nel raggiungimento obiettivi, e autovalutazione di ciascun membro. Poi c'è il **leader**, lo si riesce a riconoscere anche solo osservando il gruppo: è colui che prende più parola e viene osservato dagli altri. Assume un comportamento autorevole, e interpreta aspettative degli altri. Inoltre, riesce a rendere il clima gradevole e fare lavorare in gruppo.
 - **Ruolo**: insieme di aspettative condivise circa il modo in cui un individuo si dovrebbe comportare in base alla posizione che ha nel gruppo.
- **Interazioni**
- **Norme condivise**: aspetti condivisi in termini di valori che creano coesione nel gruppo o al contrario fanno allontanare i membri tra loro. Viene definito ciò che è accettabile e inaccettabile nel gruppo tali norme possono essere:
 - **Esplicite** (esempio: stesso motto)
 - **Implicite**: difficili da notare ed è volontario (esempio: sostenere il membro più debole)

Tajfel (1981) → afferma che i gruppi sono molto importanti perché i veri gruppi ci consentono di fare esperienza di appartenenza, che è collegata fortemente alla costruzione della nostra identità, e al nostro bisogno di affiliazione. Inoltre, l'appartenenza è collegata e influenza il senso di benessere. Infatti, l'appartenenza contrasta con l'individualismo, che al contrario, non produce benessere.

L'appartenenza ha una

- **Componente cognitiva** → riconoscere di essere componente di un gruppo, che a sua volta, mi riconosce come tale.
- **Componente valutativa** → fare parte di un gruppo può avere un risvolto positivo ma anche negativo (non è mai qualcosa di neutro).
- **Componente emozionale** → è sempre accompagnata da un sentimento (di rabbia, vergogna, felicità, ecc.).

Il bisogno di appartenenza e una spinta istintiva a formare e mantenere relazioni interpersonali durature, positive e significative.

Il bisogno di appartenenza è un bisogno che nasce:

- **Spiegazione evoluzionistica di Bowlby e Caporaletti** → è un bisogno di sopravvivenza fisica, ma anche psicologica. Una volta soddisfatti i bisogni primari, c'è una sopravvivenza legata al nostro benessere psicologico che ci porta ad appartenere a un gruppo.
- **Teoria dell'identità sociale di Tajfel**
- **Teorie motivazionali dell'appartenenza** → appartenere corrisponde al nostro **bisogno di** aumentare la nostra **autostima**. Inoltre, risponde per il nostro **bisogno di sicurezza** (appartenere a un gruppo riduce la nostra incertezza. In quanto nonostante le difficoltà della vita, sappiamo di poter contare su qualcuno). Il giusto **equilibrio tra appartenere e differenziare** dal gruppo, perché annullare completamente la nostra identità non ci fa star bene, ma neanche restare nella nostra individualità (perché non abbiamo nessuno con cui condividere qualcosa). Questo equilibrio ci fa arrivare alla **distintività ottimale**, ovvero appartenere e differenziarsi contemporaneamente da un gruppo.
- **Categorizzazione Sociale di McGrath** → processo che porta a identificare singole persone come membri di un gruppo sociale poiché condividono determinate caratteristiche. "Se è vero che ogni gruppo è un'aggregazione di individui, ogni aggregazione di individui non è necessariamente un gruppo". Tajfel afferma anche, che l'appartenenza ai gruppi diventa il modo con cui noi ci relazioniamo agli altri. Ovvero, Tajfel lo vede come un muoversi continuo tra interpersonale e gruppi. Quindi il modo in cui noi ci comportiamo con le persone corrisponde al modo in cui noi ci muoviamo su questo continuum (a un continuum interpersonale, noi ci apportioniamo all'altro come persone).

PROCESSI DI PRESA DI DECISIONE (NEI GRUPPI)

Gli psicologi volevano capire come la presenza di un gruppo impattasse sui processi di decisione delle persone. Prendere una decisione significa tagliare via qualcosa. Nel momento della decisione noi mettiamo in atto processi del tutto razionali. Solitamente scegliamo l'opzione che massimizzano i nostri benefici e riducono i nostri costi. Ci sono varie variabili che intervengono come nel processo di decisione: quello che pensano gli altri, la decisione più razionale non è quella che preferisco, se ho le risorse, le emozioni provate, ecc.

Infatti, bisogna tener conto, che durante il processo decisionale, la razionalità di un individuo è limitata:

- Dalle informazioni che possiedo → possono essere parziali o incomplete
- Dai limiti cognitivi della mente
- Il tempo che abbiamo a disposizione
- Il nostro stato emotivo

Quindi ci sono vari fattori che intervengono durante il processo decisionale.

Il gruppo quando prende decisioni normalizza, ovvero tutte le persone del gruppo tendono a convergere verso la norma del gruppo; ovvero quella decisione che esprime la media del gruppo.

Stoner (1961) → Lo psicologo sociale Stoner, riguardo questo afferma che le decisioni prese in gruppo sono decisamente più rischiose delle decisioni che i singoli prenderebbero individualmente. Quindi la decisione rischiosa mette in discussione qualcosa di cui io già dispongo (che posso pensare che nessuno mi toglierà),

rischiando di far perdere questo qualcosa che ho già, per l'ottenimento di un qualcosa che potrei non ottenere mai. Quindi non è vero che il gruppo va verso la norma. Quindi il gruppo spinge per la decisione più rischiosa.

Egli fa un esperimento in cui divide i soggetti in due gruppi:

- Gruppo sperimentale → Fa una prima fase di individuale, poi una di gruppo, e infine un'altra individuale.
- Gruppo di controllo → a questi soggetti vengono poste le stesse richieste, ma ciascuno risponde individualmente. Dopo due settimane, vengono risentite e ognuno risponde individualmente.

Esito: nel gruppo sperimentale 39% cambia la risposta in una più rischiosa / 16% prende risposta più premurosa.

Quindi l'ipotesi di Stoner non è stata completamente confermata dall'esperimento. Inoltre, ricevette diverse critiche sull'esperimento, in primis riguardo le storie esposte ai soggetti (alcune storie orientavano più verso il rischio e altre sulla prudenza). Tuttavia, l'esperimento aveva messo in luce, che vedendo le posizioni individuali si poteva capire verso che direzione sarebbe andato il gruppo (più verso il rischio allora il gruppo va verso una posizione di rischio, e viceversa).

Moscovici e Zavalloni (1961) → il gruppo non impatta solo nelle situazioni in cui la presa di decisione ha un rischio, ma nei processi di decisione a tout court. Queste dicono che quando le persone devono prendere decisioni in un gruppo, possono avvenire due effetti diversi:

- **Polarizzazione** → succede che vengono polarizzate quelle che sono gli orientamenti della maggioranza dei singoli. Polarizzazione non significa per forza una posizione di rischio, ma se nel gruppo c'è una maggioranza orientata verso il rischio allora tutto il gruppo sarà orientato verso il rischio, mentre se la maggior parte è orientata verso una posizione di cautela, allora tutto il gruppo sarà orientato sulla cautela. Quindi la discussione di gruppo diventa il processo per cui la posizione del gruppo si estremizza, questo vale sia in positivo che in negativo (sia in situazioni di prudenza e rischio).
- **Depolarizzazione** → quando nel gruppo le persone mantengono un'eterogeneità, ovvero non c'è una maggioranza. Nel gruppo ci sono posizioni diverse e non condivise da tutte. Alla fine, si ha una depolarizzazione, quindi il gruppo converge in una posizione di compromesso: si smorza la posizione più estrema in positivo e quella in negativo. Il gruppo converge così nella posizione media, detta anche norma.

I processi di polarizzazione sono determinati da:

- **Processi persuasivi** → quando all'interno di un gruppo c'è una maggioranza convinta della propria posizione, porta argomenti e elementi nuovi a conferma della propria posizione. Questi elementi impattano, proprio come i processi persuasivi, sulla decisione del gruppo.
- **Confronto sociale** → confronto con gli altri a due step, ovvero la scoperta di maggior supporto alle proprie opinioni rispetto a quanto atteso e scoperta di norme più estreme che motivano il gruppo.
- **Categorizzazione sociale** → desiderio di distinguere il proprio gruppo da altri gruppi che porta a sovrastimare la posizione del proprio gruppo e la distanza ad altri di altri gruppi.

GROUPTHINK (DECISIONE DI GRUPPO)

Si tratta di un **processo decisionale di gruppo** che è motivato più dall'idea di mantenere il consenso all'interno del gruppo piuttosto che di ragionare su come il processo di presa di decisione si snodi e, quindi, sulla base di che cosa viene presa la decisione.

Gli antecedenti del pensiero di gruppo, ovvero le condizioni che portano al pensiero di gruppo:

- **Situazione stressante** → chi prende la decisione è in una situazione di forte stress e preoccupazione
- **Struttura del gruppo** → c'è un leader e gli altri fanno squadra attorno al leader stesso
- **Alta coesione** → un gruppo è fortemente coeso e, quindi, unito al suo interno

Caratteristiche del pensiero di gruppo

Sopravvalutazione del gruppo → il gruppo che si cristallizza non si rende conto di essere vulnerabile e di mettere in discussione, con le sue azioni, quei principi che ritiene di valore

- **Illusione di invulnerabilità**: si è convinti di non poter essere sconfitti, mi fa leggere come efficace un pensiero che, in realtà, efficace non è.
- **Credenza nella moralità intrinseci del gruppo**: credere che il gruppo sia eticamente sempre corretto e sia mosso da principi etici che hanno una traduzione operativa concreta.

Ristrettezza mentale →

- **Razionalizzazioni collettive**, ovvero il gruppo cerca una spiegazione razionale, anche possibile, ma non supportata dai dati delle informazioni che riceve.
- **Visione stereotipica dei gruppi esterni**, ovvero qualunque cosa che vedo nel comportamento dell'altro che può portare allo stereotipo viene valorizzata e non si va a cercare alternative.

Pressione verso l'uniformità → non sempre le persone sono convinte in merito a una stessa idea.

- **Autocensura dei dubbi e delle contro-argomentazioni**, le persone che hanno dei dubbi, li censurano e censurano anche le contro-argomentazioni per fare in modo di rimanere all'interno del gruppo.
- **Pressione rivolta contro ogni dissenso**, per allontanare coloro che la pensano in modo diverso dal gruppo.
- **Illusione condivisa di umanità**, si pensa che tutti la pensino allo stesso modo, in quanto nessuno dice di essere in disaccordo.
- **Auto sorveglianza**, censori ovvero che difendono il gruppo (questi allontanano o fanno cambiare idea a chi nel gruppo ha un'idea diversa).

Conseguenze del pensiero di gruppo:

- **Esame incompleto delle alternative**, non tutte le alternative vengono prese in considerazione.
- **Mancato esame dei rischi insiti nella alternativa prescelta**, ovvero mancato riconoscimento dei rischi.
- **Insufficiente ricerca di informazioni**
- **Mancato esame delle alternative**
- **Mancata elaborazione dei piani di emergenza**

Risultato del pensiero di gruppo:

- Processo di decisione deficitario
- Alta probabilità di decisione errata

Questo è un fenomeno che si verifica spesso anche nei lavori di gruppo odierni, sino a stati fatti, ad esempio, studi in alcune aziende.

Per **prevenire un errore nel processo decisionale**:

- **Evitare l'isolamento del gruppo** → accanto al gruppo che deve prendere una decisione ci devono essere altri gruppi esterni. Il gruppo deve sempre essere messo a confronto con qualcun altro
- **Ridurre la pressione e la conformità** → non sempre la coesione e la conformità di pensiero è efficace. Bisogna far parlare tutti, nel momento in cui ci si accorge che qualcuno non sta dicendo quello che davvero pensa per paura di dire quello che pensa
- **Stabilire delle norme di revisione critica** → si può fare riferimento alla **tecnica della scala a libretto**: il gruppo non prende la decisione in modo unanime fin dall'inizio, ma si procede di componente in componente fino a che si arriva alla fine dei componenti. Bisogna quindi dividere il gruppo in due, applicare questa modalità per ciascuna metà e poi ricompattare il gruppo intero. Letto questo fa sì che le idee di tutti vengano ascoltate e che ci siano sempre nuovi apporti alla decisione.

La presenza degli altri facilita o peggiora la performance del singolo?

Triplet era arrivato, attraverso i suoi studi, alla conclusione secondo cui la mera presenza degli altri migliora le nostre performance. Molti studi però sostenevano il contrario e che quindi la presenza degli altri peggiorasse la performance del singolo: *la mera presenza, quindi, facilita o non facilita?*

Zajonc, invece, propone la sua **teoria dell'arousal fisiologico**, la quale sostiene che non sia solo questione di mera presenza. Quindi, *le persone, in presenza di altri, avvertono un arousal fisiologico* (si agitano → tachicardia, sudorazione) *che migliora le nostre risposte dominanti* (risposte più facili e accessibili per risolvere un compito) che, se sono corrette, performiamo meglio, se invece sono scorrette, allora performiamo peggio. Qui si può quindi notare che tutto dipende anche dal tipo di compito che sto affrontando.

L'effetto di facilitazione: Triplet lo aveva intuito ma non era riuscito a spiegarlo fino in fondo, non era riuscito a spiegare che cosa la presenza degli altri metteva in moto. Si tratta del fatto che è l'effetto prodotto dalla presenza di altre persone, che rende più probabile per noi attivare le risposte dominanti. Questo, attiva in noi le risposte dominanti, corrette nei compiti per noi più facili/familiari e scorrette nei compiti per noi più difficili.

L'effetto di facilitazione genera un'attivazione fisiologica, questa è data anche da **altri fattori**:

- timore della **valutazione** → ci preoccupa perché abbiamo paura di sbagliare, ma il fatto di non disattendere le aspettative degli altri ci attiva.
- conflitto che la **distrazione** genera → la presenza degli altri ci distrae perché noi avvertiamo un conflitto tra la focalizzazione sul compito e la distrazione che gli altri rappresentano, ma questa, comunque, ci attiva fisiologicamente.

QUINDI → l'attivazione fisiologica ci rende più accessibili le risposte dominanti che, se sono corrette, migliorano la nostra performance (questo accade quando siamo di

fronte a compiti per noi facili); se invece le risposte dominanti sono scorrette, peggiorano la performance (questo accade quando ci troviamo di fronte a compiti per noi più complessi).

L'inerzia sociale: Ringelmann, invece, sostiene che quando noi siamo in un gruppo e il nostro contributo non è facilmente individuabile, siamo portati a mettere in atto dei processi che chiamiamo di "inerzia sociale", ovvero ci impegniamo di meno, siamo più pigri. Tuttavia, questo non succede sempre, ma solo quando ci troviamo in un gruppo per noi non particolarmente importante e che sta svolgendo un argomento per noi non particolarmente rilevante.

SITUAZIONE INTERGRUPPI MINIMA

Si tratta di una situazione sperimentale in cui i soggetti vengono classificati/categorizzati, in base a elementi casuali ed effimeri, in gruppi che non hanno alle spalle né storia, né conflitti disinteresse né stereotipi.

Tutto questo è stato oggetto dell'**esperimento di Tajfel**, il quale lo ha ripetuto moltissime volte, ottenendo sempre però lo stesso risultato: noi tendiamo a preferire sempre il gruppo di cui facciamo parte. Questa condizione sperimentale, però, si verifica in presenza di **determinate caratteristiche**:

- **categorizzazione di in-group e out-group** → suddivisione di un gruppo in più sottogruppi sulla base di un criterio arbitrario/temporale.
- **nessuna conoscenza precedente tra i partecipanti**
- **totale anonimato rispetto all'appartenenza individuale al gruppo** → i partecipanti non sanno se il loro vicino fa parte del loro stesso gruppo oppure no, l'unica variabile certa che conoscono è quella dell'appartenenza al proprio gruppo.
- **niente interazioni faccia a faccia**
- **nessun vantaggio personale derivante dai comportamenti messi in atto verso i membri di in-group e out-group**

TEORIA DELL'IDENTITÀ SOCIALE (SIT): TAJFEL E TURNER

È una teoria che enuncia che le persone tendono ad avere e a cercare di mantenere un concetto e una valutazione di sé che è positiva. Le persone tendono a promuovere la propria autostima e sono così motivate a fare ciò che questa è una motivazione che spinge le persone a fare delle **distorsioni/bias** tanto a favore dell'in-group (gruppo di cui sono parte) tanto nei confronti dell'out-group (gruppo di cui non fanno parte), cercano di fare ciò in *diversi modi*:

- **noi cerchiamo di valorizzare, a tutti i costi, il gruppo di cui siamo parte**, persino quando questo gruppo non lo conosciamo/è stato creato in modo effimero, ovvero vediamo il nostro gruppo di appartenenza sempre in maniera positiva e, quindi, tendiamo sempre a giustificare le sue azioni, in quanto considerate giuste/migliori. Questo è, però, uno dei bias di distorsione che mettiamo in atto.

Da questa valorizzazione discendono due **conseguenze**:

- **favoritismo nei confronti del proprio gruppo** → vediamo l'altro gruppo in modo più negativo e svantaggiato → questo sta però alla base di stereotipi, pregiudizi e discriminazioni
- **percezione di omogeneità dei membri dell'out-group** → i membri dell'altro gruppo ci sembrano tutti simili tra di loro, soprattutto perché siamo meno motivati a conoscerli/ci interessano meno

Laboratorio e realtà

Gli studi sulla situazione inter-gruppi minima ha portato Tajfel a farsi una domanda: *ma se in una condizione come quella della situazione inter-gruppi minima si crea un favoritismo per il proprio gruppo e, quindi, una discriminazione dell'out-group, cosa succede nei gruppi reali, che hanno quindi una storia e un destino comune?*

Succede che i comportamenti si accentuano, perché l'identità sociale è molto forte e, questo, soprattutto quando l'in-group condivide degli aspetti valoriali che per noi sono importanti. I conflitti sono ancora più forti e crudi quando ci sono delle conflittualità sugli aspetti valoriali.

La teoria dell'identità sociale, quindi, nasce dalla ricerca che ciascuno di noi fa e dal mantenimento che ciascuno di noi cerca di mantenere rispetto alla propria autostima. La teoria ci dice che la motivazione a ricercare e mantenere questa autostima nasce dalla nostra identità sociale, quindi dalla nostra appartenenza ai gruppi. Tutto questo non è, però, a costo zero ma ha come conseguenza i bias.

Critiche:

La teoria dell'identità sociale è stata anche molto criticata, in particolare lo è stata la situazione inter-gruppi minima → sono stati trovati dei **limiti**:

- le ricerche sono state condotte solamente in laboratorio, quindi lontane dai contesti di vita reali.
- delle ricerche successive hanno evidenziato l'esistenza di un favoritismo per l'out-group.

Quindi → la situazione inter-gruppi minima ci dice che, dividendo un gruppo in più sottogruppi, i quali non sono alla pari perché se in uno ci sono io, allora io vedrò un in-group e un out-group, si vanno ad attribuire tutta una serie di valenze ad un gruppo piuttosto che all'altro, in base a quello in cui ci troviamo noi.

Autocategorizzazione → processo attraverso cui noi stessi ci inseriamo da soli in un determinato gruppo.

Categorizzazione **sociale e gruppo interno** → quando l'io diventa noi, gli interessi personali e quelli collettivi coincidono.

- Consideriamo gli altri membri del gruppo simili a noi.
- Riusciamo a conoscere le caratteristiche peculiari degli altri membri.
- Troviamo gli altri simpatici e gradevoli (in quanto rappresentanti del gruppo). Siamo più portati a relazionarci in maniera più positiva, aperta e tollerante con i membri del nostri in-group rispetto a quelli del nostro out-group.
- Trattiamo bene ed in modo equo gli altri membri del gruppo.

Effetto di omogeneità dell'OUT-GROUP → i membri dell'out-group acquisisce le caratteristiche opposte dell'in-group. Se consideriamo l'in-group positivamente, allora i membri dell'out-group più negativamente.

Le persone che non fanno parte dell'in-group ci sembrano tutte uguali, questo è l'effetto di omogeneità.

Reazioni nei confronti dell'out-group

Ciò che succede è un'escalation. Ovvero si parte a considerare i membri dell'out-group in maniera diversa. Il problema avviene quando si inizia a percepire un conflitto con l'out-group e quindi si genera un sentimento più negativo verso esso. Poi si arriva anche a considerare l'out-group una **minaccia**, e questo provoca un'avversione verso l'altro (perché dobbiamo difenderci), e si iniziano a mettere in atto due azioni: disumanizzazione e pregiudizio simbolico.

Con la **minaccia grave** si genera:

- **Pregiudizio simbolico** → si tratta di un odio per i gruppi esterni che si afferma in concomitanza con l'esaltazione dei simboli del gruppo interno, in risposta a quella

che viene percepita come una minaccia. Il pregiudizio, quindi, non è più manifestamente esposto ma inizia ad avere forme più nascoste e latente (ovvero il pregiudizio simboli). Questo si genera quando il nostro in-group lo si percepisce minacciata dall'out-group, e ci si difende proponendo simboli tipici del nostro in-group (esempio: gli attentati, minaccia dell'out-group causa esaltazione dei simboli dell'in-group).

- **Esclusione morale** → fenomeno per cui si inizia a considerare l'out-group come indegno di essere portatore di valori, sentimenti, di avere una propria posizione, e quindi lo escludiamo dalla sfera della moralità. Escludere l'out-group dalla sfera della moralità significa, disumanizzarli. Ovvero pensare che l'out-group non sia degno delle caratteristiche basilari dell'essere umano, e possono trattarlo come un oggetto, un animale o un virus. E quindi non c'è limite al mio agire.

Quando l'entità è inadeguata:

Mobilità sociale → è la fuga dalla realtà sociale. Questa mobilità può essere:

- **Disidentificazione** (psicologica): è un allontanamento psicologico dal gruppo. Minimizzazione delle proprie connessioni personali con il gruppo (evitamento del fallimento riflesso).
- **Dissociazione** (fisica): distanziamento fisico fra sé ed il gruppo. Vera e propria fuga da un gruppo svantaggiato o occultamento di una appartenenza di gruppo.

Cambiamento sociale

Sono le strategie volte a migliorare la complessiva situazione sociale di un gruppo che gode di scarsa stima. Queste strategie cercano di cambiare a livello di in-group il prestigio e cambiare lo stigma che si percepisce nei confronti dell'out-group.

Queste strategie sono:

Creatività sociale → fa riferimento al processo per cui i membri di un gruppo socialmente svalutato cercano di ridefinire il confronto intergruppi rappresentando il gruppo in termini di caratteristiche positive piuttosto che negative.

La creatività speciale può realizzarsi in tre modi:

- Concentrandosi su altre caratteristiche di gruppo per effettuare il confronto (esempio: confrontare i gruppi in termini di amichevolezza piuttosto che di successo economico).
- Includendo altri gruppi nel confronto (esempio: migranti che confrontano la propria condizione non con i membri della comunità ospitante ma con quelli della comunità di origine).
- Cambiando il significato degli attributi associati al basso status dell'in-group (esempio: "le donne sono più sensibili").

Ricategorizzazione → è un'altra forma di cambiamento sociale, rispetto la precedente qui si cerca di creare altre categorie di appartenenza gruppale da porre in risalto. In questo modo l'autostima minata da una appartenenza non lo è nella nuova appartenenza. [esempio: si passa da "siamo italiani" a "siamo giovani" (si crea una nuova categorizzazione)].

Competizione sociale → è la strategia secondo la quale i membri di un gruppo socialmente svantaggiato intraprendono un conflitto volto al cambiamento dello status quo (esempio: movimenti sindacali, per le pari opportunità). Questa strategia affronta la condizione del gruppo nel suo insieme e non solo di singoli individui. Si differenzia poi dalla creatività sociale, a quale rappresenta una semplice ristrutturazione cognitiva della condizione dei gruppi, senza comportare un cambiamento effettivo.

CAPITOLO 6: CONFORMISMO E OBEDIENZA

Gli psicologi sociali si sono posti due domande:

Come e perché i gruppi sociali influenzano le percezioni, gli atteggiamenti e le azioni delle persone?

Perché le persone accettano di farsi influenzare così profondamente dagli altri?

L'influenza sociale = cambiamento che si verifica nei giudizi, opinioni e atteggiamenti degli individui/gruppo alla presenza (effettiva o simbolica) di altri individui/gruppi.

Due tipi di influenze:

- Della Maggioranza: esercitata da coloro che possiedono potere sociale
- Della Minoranza: esercitata da coloro che sono meno potenti

Potere sociale = forza che possiede chi influenza di produrre cambiamenti negli atteggiamenti e nei comportamenti di chi è influenzato; chi influenza è più incline ad agire, più velocemente, con maggiore facilità e determinazione, si sentono meno dipendenti dagli altri ma si basano su stereotipi che possono portare a errori di valutazione.

Dominanza sociale = in tutte le società, i gruppi sono organizzati in modo gerarchico e, per tanto, quello dominante esercita potere sugli altri.

STUDI CLASSICI SUL CONFORMISMO E SULL'OBEDIENZA

I ricercatori che studiano il conformismo e l'obbedienza si aiutano ricostruendo in laboratorio dei "mondi sociali" in miniatura. Si cerca di capire perché l'essere umano si conforma a quello che fa il gruppo di riferimento.

Esperimento Sherif dell'effetto autocinetico: sulla formazione della norma (1936)

Sherif crea uno studio che si basa sul concetto di Frame, ovvero il concetto secondo cui uno stesso contenuto/stimolo, presentato in una differente cornice può essere interpretato in modi diversi. Il soggetto osserva un punto luminoso sullo schermo e deve dire se e di quanto questo si muove. In realtà si tratta di un'illusione, quindi il soggetto percepisce il puntino cominci a spostarsi nonostante sia fermo (infatti non si ha neanche nessun punto di riferimento per stabilire se si muove o meno). La domanda di ricerca di Sherif è: *come si comporta una persona in una situazione oggettivamente indefinita in cui non ha alcun riferimento oggettivo? Agisce casualmente o elabora una norma per cerca di orientarsi? Poi si chiede: cosa succede se questa persona che deve valutare il movimento del puntino è inserito in un gruppo? Agiscono tutti casualmente, oppure cercano in qualche modo inconsapevolmente si influenzano?*

Ipotesi di ricerca: i membri di un gruppo si influenzano reciprocamente e finiscono per fornire giudizi simili (norma condivisa)

Ipotesi nulla (quella che non vogliamo che dia verificata): i membri del gruppo, nonostante i contatti, non si influenzano e danno risposte diverse.

L'intenzione di Sherif è quella di testare un tot di persone individualmente e vedere la stima di movimento che danno, quindi il primo giorno testa tre persone separatamente.

Il secondo giorno fa ritornare i soggetti e li mette tutti insieme in una stanza per testare le risposte che danno in presenza degli altri. Il primo soggetto (che il giorno prima

aveva stimato 8) da una stima di 4. Anche gli altri cambiano la stima, avvicinandola a quella "media". Quindi nella sessione collettiva le stime date si avvicinano fra di loro. Nel terzo giorno, i soggetti vengono ancora messi insieme e gli si chiede sempre di stimare la distanza del puntino luminoso, qui le medie si avvicinano sempre di più (cambiano ancora la stima).

Il quarto giorno viene ripetuto, e succede che tutti tre i soggetti danno una stima molto molto vicina. Quindi convergono a una stessa percezione di movimento (il pallino non si muove).

Queste tre persone, che non si conoscono tra di loro, si sono influenzate a vicenda. Ed è così che si è formata una norma di gruppo, che in questo caso è una norma di movimento di un pallino. Le persone si sono influenzate talmente tanto da arrivare a condividere una percezione di movimento. Sherif, dopo un anno, richiama gli stessi tre soggetti, e li sottopone alla stessa domanda individuale e la loro stima di movimento è quella che si è creata influenzandosi a vicenda. Ciò vuol dire che la norma persiste nel tempo.

Norma sociale → un modo (rappresentazione cognitiva) largamente accettato di pensare, sentire e comportarsi su cui gli appartenenti a un gruppo concordano, considerandolo giusto e appropriato. Le norme le troviamo ovunque nella nostra vita quotidiana anche se non ce ne accorgiamo. Sherif utilizza questo concetto di norma per dire che le norme ci danno sicurezza. Questo perché, le norme ci aiutano ad orientarci nella confusione della nostra vita quotidiana perché ci danno sicurezza, perché sappiamo come comportarci. Non esiste una società/famiglia senza norme. Con le norme si fa riferimento anche alle leggi.

Influenza sociale → cambiamento che si verifica nei giudizi, nelle opinioni e negli atteggiamenti di una persona o di un gruppo a seguito dell'esposizione ai giudizi, alle opinioni e a seguito dell'esposizione ai giudizi, alle opinioni e agli atteggiamenti di altre persone, in particolari circostanze.

Conformismo (conformity) → cambiamenti del comportamento dei pensieri e dei sentimenti delle persone come risultato di una pressione di gruppo reale o immaginata.

Ci sono tre verità di conformismo:

- Accettazione o adesione interiore (acceptance), si tratta del conformismo che coinvolge sia l'agire sia il credere in risposta alla pressione sociale.
- Accondiscendenza o acquiescenza (compliance), consiste nell'agire pubblicamente in accordo con una richiesta implicita o esplicita, pur essendo in disaccordo in privato.
- Obbedienza (obedience), si tratta di agire in risposta a un ordine o un comando diretto.

Sherif ha dimostrato che la norma si crea e ci si influenza anche in situazioni in cui le persone non si conoscono e sono davanti a uno stimolo ambiguo. Alcuni hanno criticato proprio il fatto che ha usato uno stimolo ambiguo. Asch, per esempio, esegue un esperimento simile con uno stimolo non ambiguo.

Esperimento di Asch: sulla pressione del gruppo (conformismo)

Asch propone diverse sessioni sperimentali. La più ripetuta è quella in cui un soggetto è ignaro dell'esperimento, e viene fatto entrare in una stanza in cui tutti gli altri sono collaboratori dell'esperimento. Viene mostrato al gruppo una linea e si chiede di confrontarla con altre tre linee e dire a quale linea di paragone corrisponde quella standard. Nell'esperimento succede che il primo che risponde (che è un collaboratore) risponde sbagliato, tutti gli altri (collaboratori) danno la stessa risposta, e anche il soggetto sperimentale dà la stessa risposta (seppur palesemente sbagliata).

Rispetto all'esperimento di Sherif, qui lo stimolo non è ambiguo, ma molto chiaro.

L'esperimento di Asch risponde alle critiche mosse all'esperimento di Sherif, che affermavano che l'esito del suo esperimento era dovuto al fatto che ci fosse uno stimolo ambiguo. Asch dimostra che la norma si forma anche con uno stimolo non ambiguo; quindi, ciò che crea la norma non è uno stimolo ambiguo, ma il conformismo (noi sentiamo il bisogno in quanto esseri umani di conformarci).

Gli esperimenti di Milgram

Milgram si chiede: *fino a che punto le persone possono essere arrivate a fare o compiere atti, anche ingiusti e crudeli, perché spinti da altri a farli? Fino a che punto l'essere umano può arrivare per il bisogno di confermarsi?*

Milgram (è stato un discepolo di Asch) riesce a pensare ad un esperimento in laboratorio per cercare di riprodurre quello che negli anni 60 lui aveva letto, quindi l'olocausto, come è stato possibile arrivare ad un fenomeno così eclatante e distruttivo. Decise di condurre uno studio famoso molto criticato sull'obbedienza all'autorità. Come funziona l'esperimento: crea un congegno in cui c'è un soggetto sperimentale a cui viene attribuito in maniera apparentemente casuale il ruolo di insegnante, insieme ad un collaboratore viene fatto sedere vicino al soggetto sperimentale e viene fatta la pesca che in realtà era truccata, ma il soggetto non lo sa, cosicché il soggetto avesse il ruolo di insegnante e il collaboratore dell'allievo. L'insegnante aveva il ruolo di dire una serie di coppie di parole in relazione tra loro, e poi testare l'allievo per capire se le ricordasse, (ad esempio la parola sedia è collegata all'opzione 1,2,3,4?) e in base alla sua memoria doveva rispondere, se sbagliava riceveva la scossa se era giusta no. La leva di scossa più alta era 450 volt, man mano che sbagliava la scossa aumentava di volt. L'allievo viene separato dall'insegnante cosicché l'insegnante non vede l'allievo e accanto all'insegnante c'è lo sperimentatore. Lo studente all'inizio viene detto di rispondere correttamente (era un collaboratore quindi era finto), come se fosse un copione e poi dopo un po' doveva sbagliare, quando la scossa era bassa non protestava ma man mano che la scossa aumentava protestava sempre di più fino alle ultime due leve dove l'allievo non risponde più, perché era come un copione. Sperimentatore risponde "l'esperimento deve continuare" perché magari a volte il soggetto chiedeva se l'allievo stesse bene e aveva perplessità forti, anche per una questione di mantenimento della dignità; nel momento in cui però lo sperimentatore diceva "mi assumo io la responsabilità di quello che succede", l'insegnante allora va avanti a infliggere scosse anche se sono a disagio. Il 50% delle persone non si ferma e arriva a 450 volt, anche se l'insegnante all'inizio aveva provato le scosse più basse e sapeva fossero fastidiose. Poi l'insegnante scopre che era finto e gli viene spiegato che avesse partecipato ad un esperimento sull'obbedienza. Da questo si inizia a cercare meglio i principi dell'obbedienza, perché noi ci conformiamo a tal punto dal mettere in atto comportamenti anche lesivi nei confronti di altre persone solo perché qualcuno ci dice di farlo? e da lì iniziano gli studi.

Milgram in realtà venne criticato molto per la metodologia: quello che non piaceva era che tutte le persone se messe in determinate condizioni possono arrivare a fare del male (come dice Anna Arendt), non solo i cattivi fanno del male e i buoni fanno del bene. Pensare che anche noi buoni possiamo fare cose cattive non ci piace e non ci dà sicurezza, per questo l'esito dell'esperimento di Milgram non era stato ben accetto. In quali condizioni le persone sono spinte ad ubbidire alle autorità? Se la persona la considera al vertice del comando quindi se è un'autorità.

Mettono in atto una serie di studi per cercare di smentire i risultati di Milgram e cercare di capire che non è sempre vero. Vengono fatti altri esperimenti in cui si

modificano le variabili per capire quando le persone decidono o non decidono di obbedire.

Già Milgram quando variò le condizioni sperimentali, scoprì che ci sono **quattro fattori che determinavano l'obbedienza**:

- Distanza emotiva (e fisica) tra insegnante e allievo. Cosa succede se il docente non sente gli esiti della scossa che sta infliggendo? una percentuale più alta di docenti va avanti e arriva a fondo scala, la media della scossa inflitta è molto più alta. Se il docente ha l'allievo accanto allora si ferma un po' prima, perché ha gli occhi della vittima posati su di lui (ovviamente l'allievo era sempre un attore), docenti meno propensi a infliggere scossa anche se comunque il 40%, quindi non una percentuale bassa, obbediscono. In un altro caso il docente non si limita a infliggere una scossa, ma mettere il braccio della vittima su una piastra bollente, ovviamente il docente è meno propenso a compiere questo atto, poiché si sentirebbe ancora più responsabile del danno afflitto all'allievo. Tanto più un persecutore ha davanti a sé l'allievo e tanto più l'allievo protesta e si fa sentire tanto meno il docente obbedisce all'autorità.
- Tanto più la fonte autoritaria è vicina al docente tanto più noi ci sentiamo spinti e propensi ad obbedire.
- Anche come si presentavano le autorità influenzava molto la decisione del docente: in alcune condizioni lo sperimentatore veniva sostituito a volte con uno più giovane senza camice bianco un po' con i capelli all'aria, e come conseguenza i docenti obbedivano meno. Se invece erano di una certa presenza con gli occhiali camice eccetera allora erano più propensi ad obbedire.
- L'effetto dell'influenza del gruppo, la situazione cambiava nel caso in cui siamo soli o con altri. Esempio, se c'è un co-sperimentatore che mette in dubbio l'esperimento, allora il soggetto (l'insegnante) sarà meno propenso a continuare. Un altro fattore che influenza molto è il contesto in cui l'esperimento avviene perché alcuni erano in un'università prestigiosa quindi in un contesto autorevole, ma altri erano in un supermercato o in una cantina buia quindi in un contesto meno autorevole.

Queste quattro condizioni posso favorire o sfavorire l'obbedienza all'autorità.

Etica degli esperimenti di Milgram

Questi esperimenti hanno suscitato diverse critiche:

- l'esperimento stressava i partecipanti contro la loro volontà.
- Gli studi non erano etici perché i partecipanti venivano ingannati sul loro scopo.
- Il concetto di sé dei partecipanti poteva essere stato alterato, poiché scoprire che ognuno di noi poteva essere un persecutore non è materia facile da padroneggiare per tutti.

Milgram comunque diceva per difendersi che pochi avevano PTSD dopo l'esperimento, gli altri di per sé non avevano avuto grandi problemi (perché erano contenti di non aver in realtà afflitto nessun dolore).

Quello che dimostra l'esperimento non è il fatto che i docenti/i soggetti non hanno una coscienza (questo non è vero), ma questi aspetti sono stati messi da parte rispetto ad una pressione che ha superato la coscienza, ovvero l'obbedienza all'autorità.

Quindi, gli studi di Asch e Milgram vogliono far emergere come il **conformismo** prevale sulla coscienza morale. Il problema è che in società dove viene chiesto alle persone di conformarsi, il conformismo e l'obbedienza all'autorità diventa la norma, e qui l'escalation è veloce, perché quando hai scoperto che puoi fare male ad una persona, poi lo fai sempre più volte fino a che non diventa la norma. Infatti, è importante bloccare sul nascere alcune forme di obbedienza perché altrimenti

l'obbedienza diventa la nuova norma e la si considera lecita (ciò che accade nei regimi totalitari, dittature, ecc.).

CONFORMISMO (CARATTERISTICHE)

Caratteristiche che predicano il conformismo

- Coesione: (=sentirsi "noi"; ovvero il grado con cui i membri di un gruppo sono legati tra loro, da reciproca attrazione): siamo più influenzati da un'opinione proveniente dall'interno del nostro gruppo piuttosto che dall'esterno.
- Dimensione del gruppo: da 3 a 5 (l'aumento di persone oltre al 5 non ha effetti)
- Presa di posizione e precedente assunzione di impegno: si è più inclini al conformismo quando si dichiara una posizione pubblicamente, cercando così di mantenere la "parola data".
- Risposta pubblica: è più semplice che le persone si conformino quando devono esprimere una risposta davanti agli altri.
- Status: le persone di status maggiore hanno più potere e un impatto maggiore; allo stesso tempo, una persona di basso status è più incline a seguire gli ordini.
- Unanimità: se vi è un soggetto che la spezza allora il suo livello cala

Perché ci conformiamo alle norme del gruppo?

Influenza formativa → quando parliamo di gruppi, quando vediamo che tutti mettono in atto un determinato comportamento noi non ci pensiamo un attimo e lo facciamo anche, perché dal comportamento degli altri noi traiamo delle informazioni che noi non abbiamo, se lo fanno tutti quel comportamento deve avere un senso, ci deve essere un motivo, questa è l'influenza formativa.

Influenza normativa → il comportamento degli altri mi aiuta a padroneggiare la difficoltà del mondo sociale che mi circonda. Poi se sono membro di un gruppo a cui tengo ma anche quando sono insieme agli altri che non conosco non voglio sentirmi diverso perché se lo faccio rischio di non sentirmi parte di quel gruppo anche se si tratta di sconosciuti.

Tratti di coloro che sono più portati al conformismo

- La personalità: predice conformismo solo quando le influenze sociali sono deboli
- La cultura: i valori culturali influenzano il conformismo
- I ruoli sociali: le situazioni sociali possono indurre le persone più "normali" a comportarsi in modo "anormale". È possibile che le persone, quando rientrano in patria, si trovino a dover affrontare delle difficoltà per ri-conformarsi al proprio ruolo originale.
Lato Positivo: il cambiare ruolo può essere utile per comprendere meglio gli altri o migliorare la comunicazione.

Tratti necessari per evitare il conformismo

- Reattanza: nasce quando qualcuno minaccia la nostra libertà di azione. Lo stimolo a proteggere o ristabilire il proprio senso di libertà.
- Rivendicare l'unicità: le persone si sentono bene quando si percepiscono moderatamente uniche. La tipicità è un elemento fondamentale per la propria identità, perciò, il bisogno di proteggere l'unicità dall'influenza della maggioranza ci spinge a non conformarci.

SERGE MOSCOVICI

Nasce in una famiglia ebrea, in Romania. Il padre è un esponente di un partito di estrema sinistra quando è piccolo i genitori si separano. Lui vive con la zia, perché il padre è preso con il lavoro e la madre scompare. A Bucarest, dove vive con la zia, inizia il liceo in cui un giorno la polizia entra, gli dà una stella gialla e gli dice che non può più studiare e sarà internato in un campo di lavori forzati. Qui trascorre il 40 e il 41 con anche altri giovani ebrei. In questa situazione Moscovici conosce i due amici con cui scapperà dalla Romania. Moscovici nei momenti in cui non lavora, inizia a scrivere con due suoi amici un diario con le loro riflessioni, per poter sopravvivere a questa situazione. Egli espone questa idea a un po' di persone, però solo i suoi amici lo approvano, e allora iniziano a scrivere e fare disegni, ecc. Moscovici racconta questa situazione di come quella da cui ha iniziato a sviluppare la sua teoria sulla motivazione attiva (minoranza può influenzare la maggioranza anche in una situazione critica).

Lui riesce a scappare, prima va in Italia e poi a Parigi, finita la guerra inizia a lavorare e a studiare. A Parigi fonda il suo laboratorio per lo studio delle relazioni umane nel tema del conflitto

Fra le sue opere troviamo:

- *La Psychanalyse, son image et son public* (1961)
- *La psicologia delle minoranze attive* (1976)
- *Le rappresentazioni sociali*

Moscovici tra il 60 e il 70, osservando quello che accade nella psicologia sociale e nei paradigmi dello studio della psicologia sociale, riprende gli appunti che negli anni aveva scritto sulla sua esperienza e le osservazioni fatte su come funziona l'influenza nel gruppo. Egli afferma, che i lavori di Asch e di Sherif possono essere iscritti in un paradigma funzionalista, ovvero in cui la maggioranza svolge una funzione di controllo sociale. La maggioranza svolge una funzione di controllo sociale, che negli esperimenti di Asch e Sherif era limitata, ma Moscovici afferma che se questo lo si porta fuori dal laboratorio, si può vedere che l'influenza della maggioranza si traduce nel controllo sociale sulle persone che non si conformano. Quindi egli afferma che il conformismo è nel controllo sociale.

L'influenza sociale di qualcuno su qualcun altro non è il controllo sociale (per cui se la pensi in maniera diversa sei pericoloso), ma l'influenza sociale può diventare genesi di un cambiamento in cui un pensiero nuovo o creativo può in realtà far cambiare opinione alla maggioranza. Quindi ci sono due paradigmi:

- Modello funzionalista, è capace di spiegare la maggioranza su minoranza
- Modello genetico, è capace di spiegare l'influenza della maggioranza sulla minoranza e viceversa

Modello funzionalista → è retto dall'ipotesi che l'influenza è unilaterale (dalla maggioranza verso la minoranza). L'influenza sociale in questo modello ha la funzione di esercitare e mantenere il controllo sociale. L'esempio più semplice sono i regimi totalitari, in cui si ha l'impressione che la maggioranza viene portata a conformarsi. Per questo modello esiste un'asimmetria dell'influenza sociale, ovvero chi è in alto gestisce il potere. L'influenza sociale produce solo conformismo (adesione interiore o accondiscendenza).

Questo modello presenta dei limiti, perché se viene inteso come unilaterale, si nega la possibilità di influenza da parte di tutti. Un altro elemento è l'idea che l'influenza viene considerata come l'espressione del potere. Non si distingue tra potere ed influenza. Si nega il ruolo dei fattori emotivi, di quei fattori che sfuggono al controllo razionale (prestigio o carisma). Infatti, Moscovici, afferma che a volte l'influenza è

legata più al carisma e non al potere che ha l'individuo in sé. Inoltre, l'influenza intesa come spinta al conformismo, negano la possibilità dei processi di innovazione.

Moscovici afferma che influenza sociale e potere in realtà sono due cose diverse perché:

- **Influenza sociale** → è il processo attraverso cui si verifica un cambiamento nei giudizi, nelle opinioni, nei comportamenti di un individuo in seguito all'esposizione ai giudizi, alle opinioni e agli atteggiamenti di altri individui.
- **Potere** → si tratta della capacità relazionale che consente a un soggetto sociale di influenzare in modo asimmetrico le decisioni di altri individui e, quindi, di altri agenti sociali con la funzione di favorire la volontà, gli interessi, e i valori di colui o coloro che esercitano il potere.

Modello genetico → afferma che ogni membro di un gruppo, indipendentemente dal suo status può essere fonte o bersaglio di influenza. L'obiettivo dell'influenza è il mutamento sociale, ovvero un cambiamento di opinioni, percezioni, culturale, ecc. Inoltre, afferma che i processi di influenza sono direttamente legati alla produzione ed al riassorbimento dei conflitti.

L'esperimento di Moscovici (1969) : il paradigma blu-verde

I soggetti sono divisi in due gruppi da sei e partecipano a un compito di percezione dei colori. In un gruppo non ci sono i conferati (i collaboratori), nell'altro si (su 6 due sono collaboratori).

Si mostrano loro 36 diapositive blu, di intensità luminosa variabile (ma indubbiamente blu). Le persone devono valutare il colore delle diapositive a voce alta.

Nel gruppo sperimentale, con i complici, le persone affermano di percepire il colore verde (nonostante le diapositive fossero palesamenti blu). Nel gruppo di controllo, tutti confermano il blu.

In particolare, nel 8% dei casi nel gruppo sperimentale i soggetti si sono lasciati influenzare dalla minoranza (dicendo di vedere il colore verde), e ha mantenuto nel tempo costanza (ovvero ripetendo l'esperimento successivamente hanno mantenuto l'influenza, e affermato di vedere verde).

Moscovici ha effettuato diversi esperimenti. Infine, ha individuato i fattori in cui l'influenza della minoranza ha successo, ovvero quando la minoranza:

- È un'influenza nomica, ovvero ordinata, quindi la minoranza propone idee chiare e coerenti che fanno riferimento a delle norme (non deve essere confusa, ecc.).
- Riesce ad indebolire il consenso ed a promuoverne uno alternativo (concordanza interna e costanza nel tempo).
- Appare diversa, ma non troppo, quindi deve avere il credito di credibilità. Quindi per essere attive le minoranze non devono squalificare il pensiero della maggioranza, ma trovare qualcosa di condivisibile e poi agganciare la propria proposta. Bisogna cercare il modo di valorizzare qualcosa della maggioranza, e provare costruire un terreno comune.
- Rappresenta le diversità.
- Promuove l'elaborazione sistematica, non bisogna sintetizzare i processi di pensiero, ma analizzare tutte le posizioni, ecc.

Moscovici afferma poi che l'idea di maggioranza e minoranza non è intesa solo ed esclusivamente in modo numerico, ma anche nella logica di dominato/dominante. Per esempio, nei regimi totalitari, c'è un gruppo dominante che non è detto che sia più grande del gruppo dominato, ma chiede alle persone di conformarsi alle proprie

norme. Chi è dominante può sempre provare a far cambiare il pensiero alla minoranza che diventa automaticamente una maggioranza.

Poi afferma che la fonte dell'influenza non ha sede solo nelle azioni di quel momento, ma anche nei significati che emergono dai comportamenti e le azioni dei soggetti minoritari.

Inoltre, la minoranza attraverso la sua consistenza la minoranza offre anche un'immagine di sé: autorinforzo. Quindi nel mantenere la coerenza si autorinforzano, e chi è esterno guarda ciò con interesse.

Moscovici ci dice che il principale fattore di successo dell'influenza è lo stile di comportamento (investimento, autonomia, coerenza, equità, assenza di rigidità). Un altro elemento è che l'influenza è determinata dalla norma che sono di oggettività (ciò su cui andiamo a promuovere cambiamento deve essere anche riconosciuto in maniera "oggettiva", una volta approvato sia da minoranza che maggioranza), preferenza e originalità.

Le modalità di influenza includono, oltre al conformismo, la normalizzazione e l'innovazione.

→ quindi secondo Moscovici (1976) il nocciolo del problema va ricercato nello stile di comportamento: "una minoranza deve enunciare una posizione ben definita sul problema in questione e rimanervi saldamente fedele opponendosi per tutto

Differenze tra influenza della minoranza e della maggioranza

L'influenza da parte della maggioranza provoca il più delle volte **acquiescenza** (pubblica approvazione in cui manca accettazione privata). Nel caso contrario, quindi quando l'influenza parte dalla minoranza, provoca più un'**adesione interiore** (cambiamento di atteggiamento soprattutto a livello privato). Infatti, un'influenza da parte della minoranza è più faticosa.

Un'altra differenza è che nella maggioranza si ha un **confronto** ovvero il soggetto confronta la propria risposta con quella degli altri, senza dedicare molta attenzione all'argomento stesso. Invece nella minoranza, si ha **validazione**, ovvero il soggetto vuole comprendere perché la minoranza rimanga coerente e l'attenzione è sull'argomento.

Inoltre, la maggioranza porta al **conformismo** (sottomissione e obbedienza alle norme del gruppo, conservazione dello status quo). Mentre la minoranza crea **innovazione** (riflessione profonda sul messaggio della minoranza, possibilità di crescita e di cambiamento sociale).

Con questo Moscovici vuole dirci che tutti abbiamo possibilità di scelta e dobbiamo prenderci la responsabilità delle nostre scelte.

La leadership

Si tratta di un processo per il quale ad alcune persone del gruppo viene permesso di mobilitare e guidare gli altri componenti del gruppo per aiutarli a conseguire gli obiettivi. Quindi, la leadership prevede un'interazione tra leader membri e situazione. La leadership è efficace nel momento in cui. Gestita nel gruppo in relazione anche la compito proposto.

Il leader è al servizio del gruppo, e ciò che consente al gruppo di raggiungere obiettivi è proprio la leadership.

La teoria del grande uomo - quali sono le caratteristiche/i tratti di personalità del leader?

Il leader è un grande uomo, ed è diverso dagli altri, perché ha alcuni tratti e caratteristiche peculiari.

Sono stati realizzati diversi studi per individuare le caratteristiche del leader.

Tutte le teorie propongono un loro elenco, quindi una serie di tratti, che però non sono mai stati confermati come l'essenza della figura del leader. Questa teoria è stata molto affascinante per gli psicologi sociali. È difficile trovare questi tratti di personalità specifici. Alcune di queste sono: determinazione nel perseguire obiettivi, fiducia in sé, abilità nell'influenzare gli altri, capacità di tollerare frustrazione, propensione responsabilità.

Le teorie del grande leader sono state molto criticate. Innanzitutto, perché il leader non c'è senza gruppo (ovvero se il gruppo non lo riconosce come leader questo non assume questo ruolo).

In seguito a queste critiche si sono sviluppati due filoni di ricerca:

- Approccio situazionista
- Lo studio della funzione dello stile di leader

Approccio situazionista

Si tratta della reazione più estrema alle teorie del grande uomo. Questo approccio sposta l'attenzione molto sulla situazione, quindi sulla natura del compito e sul contesto sociale. Quindi se la teoria del grande uomo sostiene che leader si nasce, questo approccio dicono invece che non esiste un leader che lo è sempre, leader si diventa in relazione a situazioni specifiche, non si nasce. Una medesima persona che è leader in una situazione può non esserlo in un'altra.

Lewin studio delle funzioni e dello stile di vita, in particolare ha cercato di comprendere il leader tra gli studi di Bailes e cerca di capire lo stile adottato dal leader tramite gli studi di Lewin. Hollander sposta l'attenzione sul contesto e tipo di attività che il leader deve promuovere, e afferma che è la situazione ha determinare lo stile del leader.

Viene mossa una critica: si basa troppo sulla situa e i membri del gruppo non vengono presi molto in considerazione dimenticandosi le caratteristiche del leader e le interazioni tra leader e gruppo.

Lo studio della funzione dello stile di leader

Questo comprendere i diversi tipi di leader. Prevede due situazioni:

- leader orientati al compito: presta maggior attenzione alla realizzazione dell'obiettivo, proponendo attività, procedure e strategie.
- leader socio emotivo: leader capisce che in quel momento è importante mantenere armonia/aumentare coesione del gruppo evitando conflitti interni.

→ Quindi è importante che il leader capisca cosa necessita il gruppo in quel preciso momento.

Tale riflessione si sviluppa in parallelo al pensiero di Lewin che vuole approfondire di più il concetto di Leader e propone 3 tipi di leader:

- autoritario
- democratico
- permissivo.

ESPERIEMNTO - Lewin, Lippit e White → è stato chiesto a dei bambini di costruire delle maschere di animali, tale esperimento è durato una settimana e ogni giorno cambia il tipo di leader(a/d/p). Questo esperimento voleva dimostrare che lo stile autoritario è lo stile che da effetti migliori in termini di autonomia/morale/prestazione

poiché era associato ad una visione socio-emozionale ma non è stato così. I risultati ricavati sono:

- **Stile autoritario:** maggiore aggressività tra membri e sottomissione del leader. La produttività inizialmente era elevata ma poi calava per l'assenza del leader. Quindi i bambini avevano imparato come macchinari a fare bene il compito ma senza il leader ci impiegavano di più
- **Stile democratico:** relazione amichevole tra membri crea coesione elevata e buon orientamento per il compito. L'attività diminuiva sia in qualità che quantità in assenza del leader.
- **Stile permissivo:** (leader c'era in caso di bisogno) atmosfera iniziale piacevole ma c'era un basso orientamento al compito e non capivano cosa dovessero fare. La produttività aumenta quando il leader si allontanava poiché i bambini si autorganizzavano.

	AUTORITARIO	DEMOCRATICO	PERMISSIVO
Stile	Esercita il potere dispoticamente, determina la linea del gruppo, no al cambiamento	Stimola la partecipazione, accetta critiche, distribuisce responsabilità	Disinteressato, non stimola, non controlla, non collabora, rispetto passivo dell'attività
Effetti	Provoca aggressività e apatia	Diminuisce l'aggressività, stimola la motivazione e la creatività	Gruppo poco coeso, no collaborazione
Generalizzazioni	Funziona in situazioni di emergenza.	Relazioni interne vs. produttività, attenzione al singolo	Si trasforma facilmente in autoritario o

[esercizio least preferred coworker (LPC) → ci sono varie domande se sei predisposto da una parte piuttosto che un'altra(introversa 1 2 3 4 estroversa); dopo si fa somma del LPC]

Modello della costigenza(1974)

Fidler dice che il modello della costigenza consente di prevedere la produttività del gruppo e per farlo è necessario comprendere lo stile del leader e il controllo che ha sul gruppo.

LPC è basso: il leader è orientato verso il compito da eseguire (giudizio negativo dei collaboratori).

LPC è alto: il leader è socio-emotivo(giudizio positivo anche dal collaboratore meno preferito).

Le variabili che definiscono il controllo della persona nel gruppo:

- struttura del compito (chiarezza dello scopo).
- potere del leader (possibilità di dare premi/punizioni).
- elazione leader-gruppo (qualità dei legami).

→ Per Fidler la produttività del gruppo è prevenuta attraverso l'incrocio tra il tipo di leader e la situazione. Poi si sceglie che tipo di leadership serve per raggiungere l'obiettivo. Tale modello ci aiuta a capire come si arriva a giungere ad una produttività del gruppo.

Modello transazionale - Hollander

Tale modello si colloca in un periodo in cui veniva poco considerato l'apporto individuale del leader. La leadership è un processo che vede l'interazione tra il leader e i membri del gruppo.

Il leader deve avere delle capacità e competenze che lo rendono capace di acquisire una personalità, queste si possono anche acquisire (non si nasce ma si può diventare). Quindi il leader deve:

- Conformarsi al gruppo e farsi accettare da esso.
- Deve avere competenze (capacità di proporre idee più efficaci+ che conformano gruppo).
- Guadagnarsi legittimità.
- Identificarsi con il gruppo (=modello della credibilità sociale).

Leadership trasformativa → in cui una persona che favorisce la crescita del gruppo:

- Motiva il gruppo comunicando loro fiducia.
- Cerca di comprendere i loro bisogni.
- Aumenta le loro ispirazioni.

CAPITOLO 10: RELAZIONI INTERPERSONALI

Cosa sono le relazioni interpersonali significative?

Dette anche relazioni close, si tratta di una relazione con un'altra persona (quindi si parla di legami interpersonali non collettivi), caratterizzate da una forte mutua influenza, quindi la capacità di influenzarsi reciprocamente, e un'alta frequentazione. Si ha poi un'**interdipendenza mutua**, ovvero quello che succede a uno va a influenzare anche l'altro.

I fattori che ci permettono di meglio inquadrare le relazioni interpersonali sono:

- **Permanenza** → ci sono relazioni più durevoli e altre che si potrebbero interrompere (per esempio quella amicale o con un partner sono più a rischio di non durare. Al contrario quelli familiari, di solito, sono "eterni").
- **Potere** → una relazione si caratterizza anche per la distribuzione di potere all'interno. Ci sono relazioni che sono gerarchiche, quindi il potere è gestito maggiormente da uno dei poli, altre invece sono paritarie. Per esempio, genitore-figlio il potere appartiene di più al genitore, tra fratelli o di coppia solitamente è paritaria.
- **Genere** → il genere di appartenenza influenza una relazione (le relazioni tra due ragazzi, due ragazze, una ragazza e un ragazzo sono tutte diverse). Quindi il genere di appartenenza dei soggetti va a influenzare le relazioni.

COME NASCONO?

L'attrazione è quel desiderio di avvicinare un'altra persona e questa mi può attrarre o meno a sé. Ci sono diversi aspetti che possono attrarci o meno a un'altra persona e sono:

- Attributi individuali, come la persona appare dal punto di vista fisico

- Fattori situazionali, le relazioni iniziano anche perché siamo vicine a quella persona e la vediamo spesso
- Somiglianza, reciprocità

La prima fase è quella **dell'attrazione fisica** → in generale noi ci sentiamo attratte dalle persone che sono belle, per bello si intende un concetto molto personale; quindi, siamo attratte da quelle persone che per noi sono belle. Questo concetto è anche culturalmente determinato, quindi in base ai canoni di bellezza. Ci piacciono le persone belle, perché siamo portate ad applicare il bias cognitivo detto stereotipo della bellezza fisica; quindi, quando vediamo una persona fisicamente bella pensano che questa abbia anche altri attributi positivi; quindi, pensiamo che qualcosa bella si anche buona.

Noi cerchiamo delle persone belle, ma anche che si abbinino con noi, ovvero cerchiamo assomiglianze nei tratti fisici, psicologici e caratteriali, nell'altro. Le persone tendono ad accoppiarsi con persone che

Effetto vicinanza → eravamo vicine, sia magari con me vicine di banco ma che di trovarci nella stessa situa.

Effetto della mera esposizione → la tendenza a preferire o a valutare più positivamente i nuovi stimoli dopo un'esposizione ripetuta a essi. Vedere più volte una persona la rende più piacevole. Quindi il fatto stesso di vedere una persona più volte ce la fa percepire più piacevole. (Esperimento di Festinger, 1950)

Somiglianza → ci piacciono quelli che sono simili a noi. Tuttavia, ci possono sempre essere alcuni aspetti diversi che ci attraggono (caso di complementarità: ci complimentiamo), però nel complesso quelli più comuni sono gli elementi comuni.

Reciprocità → ci deve essere reciprocità, ci piacciono coloro a cui piacciamo.

Come si sviluppa le relazioni interpersonali significative?

Dopo la prima fase di attrazione iniziale, si ha il concetto di **svelamento di sé**, ovvero di apertura all'altro. Noi diventiamo sempre più uniti con l'altra persona, proprio perché iniziamo a raccontare e svelare all'altro delle parti di noi (e l'altro fa lo stesso).

Teoria della penetrazione sociale → ci spiega come le persone sviluppano relazioni attraverso alcune fasi che fanno approfondire sempre di più la relazione: all'inizio gli argomenti sono più superficiali e trattati per un tempo minore, ma con il passare del tempo aumenta il numero degli argomenti e la profondità con cui se ne parla.

→ L'apertura genera apertura perché c'è reciprocità

Mammano che la relazione procede è come se avvenisse una sorta di sovrapposizione tra il mio sé (la mia identità) e il sé dell'altro, perché riveliamo parti di noi e ci avviciniamo sempre di più con l'altro, la nostra vicinanza psicologica aumenta sempre di più, tant'è che inglobiamo alcune caratteristiche.

COME SI MANTENGONO LE RELAZIONI NEL TEMPO?

Ci sono diverse teorie, che fanno riferimento specialmente alle relazioni sentimentali (o anche di amicizia), e sono:

Teoria dello scambio → gli individui pesano costi e ricompense, costi e benefici, nelle loro scelte. Solitamente scelgono quelle azioni e comportamenti che massimizzano le loro ricompense e riducono i costi. Quindi ci mettiamo in relazioni che sono profittevoli, in queste relazioni noi siamo disposti a dare solo se percepiamo

una sorta di beneficio, e vorremmo che questo rapporto sia bilanciato, o comunque che i benefici superino i costi.

Diverse teorie si basano poi su questo approccio:

- **Principio di equità** → i benefici che noi riceviamo in una relazione sono proporzionati a ciò che noi mettiamo in gioco, quindi ai costi
- **Livello di confronto (CL)** → rimango in una relazione anche perché quando mi confronto, o in verticale (nella relazione) o in orizzontale (fuori dalla relazione), ne esco da vincitore, rimango o meno in una relazione perché il mio standard normativo è soddisfatto o no
- **Livello di confronto per le alternative (CL-alt)** → rimango in una relazione anche perché sono soddisfatto da essa in relazione alle altre alternative disponibili. Questo tipo di confronto mi dice se sono dipendente o indipendente dalla mia relazione.
- **Modello dell'investimento** → predice che l'impegno in una relazione è legato positivamente alla soddisfazione e all'investimento, mentre è legato negativamente alla qualità dell'alternativa; quindi io mi impegno perché sono soddisfatto, perché dipendo dal partner e in base a tutto ciò che io ho investito nella relazione. Esso è dato da:

Livello di Confronto con Aspettative + Qualità di Alternative + Impegno = Livello di Commitment → Comportamento di Accomodamento → Funzionamento Coniugale

- **Impegno**: può essere personale (voglia di impegnarsi), costretto (dover impegnarsi perché eccessivi costi di abbandono) e morale (per mantenere la promessa fatta); quello personale è quello che influenza maggiormente nel predire la prosecuzione della relazione.
- **Commitment**: intenzione personale a continuare la relazione, il sentirsi psicologicamente attaccati ad essa e lo sforzo di assicurare la continuità della relazione o di migliorarne la qualità.
- **Accomodamento**: la tendenza in un'interazione coniugale a reagire a comportamenti distruttivi in modo costruttivo

The Passionate Love Scale di HATFIELD e SPRECHER, 1986:

- Amore Passionale: un intenso, eccitante esclusivo tipo di amore che include un pensiero persistente della persona, una rilevante attrazione fisica e un'intensa comunicazione.
- Amore di complicità e compagnia: uno stabile, calmo e dipendente tipo di amore; estensione di sentimenti verso una persona che include intimità, stabilità, condivisione di atteggiamenti/valori/esperienze di vita e alti livelli di disvelamento del sé

Teoria triangolare dell'amore → sostiene che ci sia la necessità di 3 elementi per far sì che una relazione si mantenga nel tempo:

- Intimità, vicinanza per lo più psicologica che porta all'apertura del sé verso l'altro.
- Dedizione → la decisione/il desiderio di permanere nella relazione e l'impegno per mantenerla
- Passione → aspetto che riguarda più l'attrazione fisica e il coinvolgimento emotivo

una relazione permane se i tre elementi sono compresenti o si combinano tra loro in più variabili:

- Amore completo → ci sono tutte e tre le variabili.
- Amore solidale → intimità + impegno.

- Amore fatuo → passione + impegno.
- Amore romantico → intimità + passione

La componente *intimità* si riferisce ai sentimenti di confidenza, affinità e condivisione che sono responsabili dell'esperienza di unicità e calore. Questa componente determina nella coppia la tendenza a prendersi cura dell'altro, ad aprire all'altro la propria autenticità e i propri sentimenti, a considerare il rapporto con l'altro speciale e di grande valore nella propria vita.

La componente *passione* si riferisce all'intenso desiderio di unione che si genera nei confronti dell'altro; riguarda l'attrazione fisica, il desiderio di unione che si genera nei confronti dell'altro; riguarda l'attrazione fisica, il desiderio sessuale, ma anche il desiderio di appartenenza, dominio o sottomissione; ha a che fare quindi con aspetti più impulsivi e meno razionali.

La componente *dedizione* è composta di due aspetti: la decisione amare qualcuno (aspetto a breve termine); l'impegno (aspetto a lungo termine) a mantenere nel tempo la relazione. Decisione e impegno possono essere disgiunti in quanto non sempre alla decisione segue l'impegno e non sempre l'impegno è conseguenza della decisione. decisione segue l'impegno e non sempre impegno è conseguenza della decisione. Alcuni elementi dell'amore sono comuni anche all'amicizia non amorosa. Altri elementi sono invece distintivi del rapporto amoroso. S'individuano quindi sette tipologie amorose derivate dalla combinazione dei tre aspetti dell'amore:

1. **Simpatia:** c'è la sola intimità; confidenza, calore ma non passione. È la caratteristica tipica dell'amicizia
2. **Infatuazione:** è presente la sola passione. È la caratteristica dell'amore a prima vista, l'idealizzazione dell'altro.
3. **Amore vuoto:** fatto solo di dedizione. È un amore stagnante, routinario in cui non c'è più il dialogo dell'intimità, né la passione. A volte è l'evoluzione di matrimoni durano da molto tempo dove si resta insieme solo per la "promessa" fatta scambiandosi gli anelli.
4. **Amore romantico:** c'è intimità e passione. Tipica delle grandi storie d'amore letterarie o delle avventure estive: c'è vicinanza, attrazione, ma non si può parlare di progettualità.
5. **Amore fatuo:** c'è passione e impegno ma non intimità. Si è travolti dalla passione alla base non c'è la conoscenza emotiva su cui costruire l'intimità. È caratteristico relazioni in cui ci si sposa poco dopo essersi conosciuti, sull'onda dell'attrazione, poi rendersi conto che manca tutto il resto.
6. **L'amore solidale:** è un amore-amicizia come si ritrova nei rapporti di lunga durata, dove la passione si è spenta ma restano l'intimità e l'Impegno.
7. **Completo e vissuto:** è l'amore che tutti sognano, è il frutto di un'elevata porzione tutte e tre le componenti, le componenti.

Teorie evolutive → si basano sull'idea che l'amore sia una necessità biologica e hanno dimostrato che le donne tendono a scegliere il partner basandosi sulle sue qualità, mentre gli uomini si concentrano di più sulla quantità.

Inoltre queste teorie sostengono che i legami che si vengono a formare quando si è adulti sono lo specchio della relazione mamma-bambino e, sulla base di questo, sono stati definiti tre tipi di attaccamento:

1. Attaccamento sicuro → radicato nella fiducia e contrassegnato dall'intimità.
2. Attaccamento preoccupato → contrassegnato da ansia e preoccupazioni di non Abbastanza per l'altro.
3. Attaccamento rifiutante → si basa sulla sfiducia a prescindere dell'altro.
4. Attaccamento timoroso → contrassegnato dalla paura di essere rifiutati.

Teorie socio-cognitive → sostengono che il nostro modo di relazionarci dipenda dalla persona con cui ci relazioniamo e questo viene fatto seguendo uno schema, detto "schema relazionale", il quale prevede tre aspetti:

- **Schema di Sé:** nostra rappresentazione di come noi solitamente ci comportiamo quando siamo con gli altri.
- **Schema del Partner:** come l'altro si relaziona quando è con le altre persone e che seguiamo per sapere come comportarci con lui.
- **Schema della Relazione:** script interpersonale utilizzato dal sé e dal partner per relazionarsi tra loro.

Questo Schema struttura le aspettative nei confronti dell'altro e guida le interazioni, poiché permette alle persone di immaginarsi le loro interazioni future.

La solitudine

La solitudine è un sentirsi soli, e quindi è un senso di deprivazione dei legami con le altre persone.

Tutti noi abbiamo il bisogno di affiliazione/appartenenza, ovvero quella spinta che ci porta a connetterci con gli altri in relazioni che siano stabili e intime. Quindi sentiamo il bisogno di affiliarci con gli altri con relazioni estremamente intime e profonde, e che siano anche sufficientemente stabili.

FINEDELLE RELAZIONI INTERPERSONALI SIGNIFICATIVE

Fedeltà = attesa che la situazione migliori perché i problemi sono troppo dolorosi per essere affrontati e i rischi di separazione troppo grandi

Noncuranza = ignorando il partner e permettendo il deterioramento della relazione. Quando vengono ignorate dolorose insoddisfazioni, un insidioso distacco emotivo porta i partner a parlare di meno e a cominciare a ridefinire la loro vita senza l'altro

Modi per Far Fronte a una Relazione Fallimentare di RUSBULT (2001)

Ci sono due possibilità per uscirne:

- Atteggiamento attivo/passivo
- Modalità di funzionamento costruttiva/distruttiva

Fatto un incrocio tra le possibilità si hanno quattro possibili risposte:

- Attivo-Distruttivo: fine dalla relazione (USCITA)
- Attivo-Costruttivo: cerca di migliorare la relazione (VOCE)
- Passivo-Distruttivo: ignorare il partner (NONCURANZA)
- Passivo-Costruttivo: attesa del miglioramento (FEDELTÀ)

COSA SUCCEDA QUANDO LE COPPIE ENTRANO IN CONFLITTO?

Il conflitto in una relazione varia in base a diversi fattori, quali:

- **Tipo di relazione** → essa può tendere verso strategie costruttive che portano a risolvere i conflitti o verso strategie distruttive che portano al non raggiungimento di un risultato positivo; si può optare anche per la negoziazione per raggiungere un compromesso.
- **Modalità di risoluzione** → o si converge verso una soluzione condivisa, andando a fortificare il rapporto, oppure non si riesce ad arrivare ad un punto comune e non si fa altro che aumentare la tensione e la conflittualità nella coppia.
- **Sesso** → gli uomini tendono ad evitare il conflitto o a risolverlo in modo aggressivo, mentre le donne tendono a raggiungere dei compromessi.

- **Tipo di coppia** → le coppie infelici portano verso un'autodistruzione del rapporto, mentre le coppie felici cercano sempre di trovare un modo per riappacificarsi e superare le tensioni

Il processo di distacco:

Prevede un'escalation: Rottura dei legami → Preoccupazioni verso il Partner perso → Profonda Tristezza → Distacco Emotivo

CAPITOLO 11: ALTRUISMO E COMPORTAMENTO PROSOCIALE

Comportamenti d'aiuto: cosa ci induce a comprimere atti prosociali?

Ci sono due tipi di motivazioni che inducono le persone a compiere atti prosociali:

- **motivazioni egoistiche** → sono quelle motivazioni all'aiuto legate ad una ricerca di vantaggio materiale, personale o sociale; legate ad un evitamento di sanzioni; legate alla riduzione di uno stato di tensione interno che viene sempre un po' ritrovato nel senso di colpa che una persona può provare nel constatare di stare meglio di altre persone.
- **motivazioni altruistiche** → comprendono l'empatia, ovvero uno stato che corrisponde all'essere testimoni dell'aspetto emotivo di un'altra persona per poi assumerne la prospettiva.

Sono due motivazioni che coesistono nelle persone che aiutano il prossimo perché, spesso, il motivo per cui si inizia è proprio la presenza di motivazioni egoistiche che, poi, vengono trasformate in motivazioni altruistiche e questo porta a continuare nel tempo il **comportamento pro-sociale**, si ha quindi:

Modello del sollievo dagli stati d'animo negativi (Schaller e Cialdini) → Il motivo per il quale si iniziano a svolgere comportamenti d'aiuto possono iniziare da motivazioni egoistiche. Le motivazioni egoistiche sono tutte quelle motivazioni legate a una ricerca di vantaggio, di tipo materiale, sociale o personale. Altre motivazioni possono essere, evitamenti di sanzioni (ci sono situazioni in cui se fai volontariato eviti una sanzione). Un altro è a riduzione dello stato di tensione interno (per esempio ridurre un senso di colpa o ansia, di vedere in persone altrui una situazione di bisogno e necessità).

Ipotesi empatia-altruismo (Batson) → altri autori parlano di motivazioni altruistiche, come l'empatia, ovvero uno stato affettivo legato alle emozioni di una persona. Quindi per Batson, se si prova empatia poi la persona aiuta. Non nega però se io aiuto l'altro non ottengo un vantaggio secondario, che però in questo caso non è il motivo principale.

un comportamento pro-sociale, però, ancor prima che dalla motivazione può essere spiegato attraverso le **emozioni**: per esempio, assistere allo stato di bisogno o sofferenza di qualcuno

può attivare un sentimento d'ansia, innescare una motivazione egoistica che poi porta al comportamento prosociale. Oppure può generare empatia,



innescare una motivazione altruistica che poi porta ad attivare comportamenti prosociali.

SCAMBIO SOCIALE E NORME SOCIALI

Scambio sociale

teoria che ci dice che alcune interazioni umane sono transazioni che mirano a massimizzare le ricompense e minimizzare i costi. Questo processo non è sempre fatto in modo consapevole, e spesso, si fa riferimento ad una ricompensa che non è esterna (premio) ma è interna (sentirsi bene), portando quindi all'aumento delle emozioni positive (effetto "do good, feel good").

Norme prosociali

Non sempre il comportamento prosociale è sito di una valutazione costi-benefici, ma le persone aiutano perché si sentono di doverlo fare. Si tratta di una serie di norme sociali che apprendiamo nel corso del processo di socializzazione, che hanno lo scopo di indicare i comportamenti appropriati in specifiche situazioni. Quindi le norme prosociali sono norme sociali che riguardano l'aiutare il prossimo, che ci indicano se e come dovremmo aiutare il prossimo. Le norme prosociali sono:

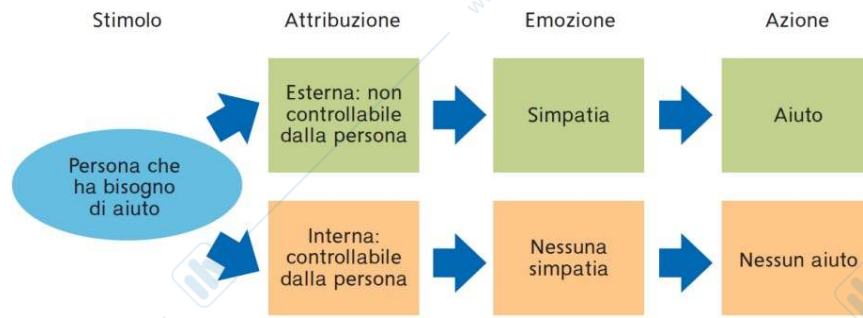
- **Norme dell'equità** → i gruppi di cui le persone fanno parte stabiliscono dei sistemi di equità ai quali le persone devono aderire. In generale, i gruppi premiano i membri che trattano gli altri in modo equo e puniscono quelli che li trattano in modo iniquo. Agire prosocialmente per ridistribuire le risorse in modo più equo è un modo per ripristinare l'equità.
- **Norme della reciprocità** → si aiuta il prossimo perché ci si aspetta che il futuro questo aiuto possa essere contraccambiato. Inoltre, se veniamo aiutati saremo meno propensi a danneggiare la persona che ci ha aiutato. In questo modo viene sancito un patto di reciprocità. Quindi ricambiare i beni e servizi che gli altri ci offrono e le concessioni che ci fanno è apprezzabile.
- **Norma della responsabilità sociale** → noi sappiamo che dovremmo aiutare chi ne ha bisogno per un senso di responsabilità sociale. Quindi è la condizione di dover aiutare coloro che ne hanno bisogno senza aspettarsi di essere contraccambiati in futuro.

→ queste sono le norme sociali, ma abbiamo anche le **norme personali**, che si tratti dei nostri standard personali rispetto al come e quando aiutare le persone.

Teoria dell'attribuzione

Può capitare di aiutare e non aiutare le persone rispetto a un tipo di ragionamento legato alle teorie dell'attribuzione. Quindi nella situazione di aiutare una persona, ci sono queste norme, ma ci sono anche casi in cui il processo di attribuzione a un grande peso nel decidere se aiutare o meno. Per esempio, vediamo una persona che ha bisogno d'aiuto, e iniziamo a pensare se questa persona si è cacciata in questa situazione da sola (quindi per colpa sua) ed è quindi un'attribuzione interna, o a causa di una variabile/attribuzione esterna. **L'attribuzione interna** non suscita simpatia e quindi non aiuto quella persona. Nel caso di **un'attribuzione esterna** questa suscita simpatia e quindi si aiuta.

Dunque, il giudizio che diamo a una persona in caso di bisogno può innescare in noi un'emozione che ci porta ad aiutarla o meno.



Fattori situazionali

Ci sono alcune variabili:

- **Diffusione di responsabilità** → le persone in alcuni contesti si sentono meno responsabili (esempio nelle folle o omicidio di Kitty Genovese). In particolare, questo effetto ha preso piede dopo l'omicidio di *Kitty Genovese*: ragazza che lavorava in una tavola calda e, una notte, tornando a casa, viene aggredita da un uomo; l'uomo, sentendo inizialmente le urla iniziali della donna che potevano destare sospetto, scappa, ma poi, vedendo che nessuno era andato a soccorrere la ragazza, torna indietro e finisce quello che aveva iniziato, uccidendo la ragazza. Nessuno che aveva sentito le urla (37 persone) si è assunto la responsabilità di chiamare aiuto a Kitty, pensando che tanto lo avrebbe fatto qualcun altro. Quindi, il numero di testimoni non è garanzia del fatto che queste ci aiuteranno nel caso in cui fossimo in pericolo, perché non vi è una direzionalità della responsabilità verso qualcuno ma questa viene diffusa tra tante persone e, spesso, nessuna di queste la assume, quindi: *all'aumentare del numero di spettatori, diminuisce la possibilità di aiuto*.
- **Effetto Passante** (Latanè e Darley) → venne fatto un esperimento con 3 diverse situazioni: un ragazzo vestito da lavoratore sta male e chiede aiuto però devono passare circa 20 min prima che qualcuno si fermi a soccorrerlo; una donna finge di essere svenuta e passano circa 10 minuti prima che un lavoratore si fermi a soccorrerla, con una donna che, finché è da sola non aiuta, ma quando vede l'operaio anche lei presta soccorso; un uomo vestito in modo molto elegante finge di stare male, sdraiandosi sulle scale, e passano circa 6 secondi prima che gli venga prestato soccorso, forse perché le persone si identificano di più con lui (è di bell'aspetto e sembra una persona per bene a cui può essere capitato qualcosa che potrebbe accadere a chiunque).

Il percorso dell'aiuto in situazioni d'emergenza deve affrontare diversi ostacoli → c'è un'emergenza, potrei essere di fretta e quindi distratto, però dovrei accorgermi di quello che sta accadendo per non rimanere nell'ambiguità o nell'ignoranza pluralistica (influenza sociale), dovrei interpretare la situazione come una situazione di emergenza però assumendomi la responsabilità, quindi non bisogna far prevalere la diffusione di responsabilità, però l'intervento può comunque non essere immediato per, ad esempio, mancanza di competenza ma, una volta deciso come aiutare, devo superare un ultimo ostacolo, ovvero l'inibizione da pubblico (c'è un'eccedenza dei costi sui benefici).

APPROCCIO EVOLUZIONISTICO

Essendo l'essenza della vita la sopravvivenza genetica, perciò coloro che sono predisposti al sacrificio di sé nell'interesse del benessere altrui non sopravviverebbero

nella composizione evolutivista; sopravvivono, invece, coloro che possiedono l'Egoismo Genetico, il quale predispone a due tipi di altruismo:

- Protezione della Parentela: siamo portati a compiere una Selezione in Consanguineità, ovvero la spinta che ci porta a privilegiare l'altruismo verso i propri consanguinei allo scopo di incrementare la sopravvivenza di un patrimonio genetico reciprocamente condiviso; viene provato anche verso i conterranei e coloro con sembianze simile alle nostre.
- Reciprocità: un organismo ne aiuta un altro; colui che aiuta si aspetta di essere reciprocamente aiutato, per questo i traditori sono universalmente disprezzati. Questo è più diffuso in piccoli gruppi (centri rurali) che in grandi gruppi (grandi città)
 - Selezione di Gruppo di DARWIN: quando i gruppi sono in competizione, i gruppi di altruisti che si supportano reciprocamente sopravvivono a quelli con elementi non altruistici.

ALTRUISMO SPONTANEO

Motivazione che porta ad incrementare il benessere altrui senza alcuna aspettativa conscia di vantaggi personali né aspettative di reciprocità o di ricompense, e che si basa su norme interiorizzate o su convinzioni morali.

Fare del Bene per Sentirsi Meglio di BATSON

Le motivazioni al comportamento d'aiuto hanno una base anche egoistica basata sul controllo dei costi e dei benefici (concreti e/o emotivi) ma c'è anche una Risposta Empatica che rende:

- Incuranti dei costi e delle ricompense
- Sensibili alle norme pro-sociali

Empatia

Si tratta della capacità di sperimentare le esperienze di un'altra persona; identificazione e condivisione delle emozioni, dei pensieri e degli atteggiamenti altrui. Viene sperimentata principalmente nei confronti di coloro con cui ci si identifica; maggiore per una persona reale che per un "aggregato di persone" = "Collasso della Compassione": il decrescere della compassione all'aumentare del numero di persone che soffrono. Ci sono tre componenti:

- Cognitiva: accuratezza cognitiva, capacità di comprendere la prospettiva dell'altro, leggendo la situazione dal punto di vista dell'altro
 - Emotiva: riconoscere le emozioni dell'altro, a comprenderle e a mettersi nei panni dell'altro per capire come prova quelle emozioni
 - Di Azione: porre in atto una risposta congrua
- Diversa da:
- **Contagio Emotivo**: il sentire l'emozione dell'altro e rifletterla senza ben differenziare il proprio stato d'animo da quello dell'altro. Risposta di tipo automatico e pre-cognitivo legata ai processi di immedesimazione e introiezione
 - **Simpatia**: orientamento positivo per l'altro, da cui deriva la comprensione dei sentimenti altrui e risposta congrua ad essi.
 - **Preoccupazione Personale**: sentimento negativo derivante dalla percezione del disagio altrui

Modello del sollievo dallo stato d'animo negativo di SCHALLER e CIALDINI (1988)

Le persone aiutano non tanto per soccorrere la vittima, ma perché la sofferenza dell'altro crea uno stato di angoscia e disagio intollerabile che li porta ad agire. > Se sappiamo che qualcosa diverso dalla nostra empatia può aiutare l'altro non siamo così portati a prestare aiuto.

Altruismo Genuino

L'obiettivo è incrementare il benessere di un'altra persona, generando felicità per se stessi. Se l'empatia viene sollecitata gli individui prestano aiuto che quando sanno che nessuno sarà testimone delle loro azioni meritevoli e la loro preoccupazione si protrae fino a quando le persone bisognose vengono effettivamente soccorse e aiutate.

Egoismo Puro e Altruismo Non Puro di MOSCOVICI

L'altruismo nasce per necessità ed è attribuito alla relazione tra gli individui e soprattutto una relazione tra individuo e società. Ci sono tre tipi di altruismo:

- **Partecipativo**: fondato sul legame di attaccamento e senso di appartenenza; è a favore della famiglia, amici, propria patria → Altruismo rivolto a "noi"
- **Fiduciario**: dipende dal grado di fiducia o di sospetto che gli individui percepiscono o desiderano stabilire tra loro → Prossimità empatica, autostima, incertezza verso l'altro
- **Normativo**: aiutare chi ne ha bisogno, senza preoccuparsi delle ricompense future → aiutare quelli che se lo meritano.

Due forme di altruismo:

- **Altruismo-Egoistico**: inducono negli altri sacrifici e generosità richiedendo agli altri di "fare il proprio dovere" in obbedienza delle norme sociali.
- **Egoismo-Altruismo**: sono mossi dal timore di assumere un desiderio provato per sé stessi e che viene riversato sugli altri.

Ipotesi dell'empatia-altruismo di BATSON e COKE (1981)

L'empatia induce una motivazione altruistica che ci muove a compere n comportamento prosociale; informazioni che vengono prese in considerazione davanti alla percezione dello stato di bisogno di una persona:

- Capacità di assumere la prospettiva dell'altro → Sì/No
- Risposta emotiva → Empatia/Disagio Personale
- Motivazione → Altruismo/Egoismo
- La soddisfazione della motivazione → Riduzione del disagio altrui/Riduzione del proprio disagio o Ricompense

QUANDO AIUTIAMO L'ALTRO?

ESEMPIO: **Omicidio di Kitty Genovese**, i sociologi si domandano come mai, su 37 persone che hanno assistito all'omicidio, nessuno ha chiamato la polizia Secondo l'Effetto Passante di Latané e Darley (1969): una persona è meno incline a prestare aiuto o soccorso quando sono presenti altri spettatori occasionali. Per determinare se intervenire o meno in una situazione di emergenza, il soggetto segue un processo decisionale definito **Albero Decisionale** da Latané e Darley.

Albero decisionale - Latané e Darley

Il percorso dell'aiuto in situazioni di emergenza segue questo processo:

1. **Accorgersi dell'evento:** a volte non ci si rende conto con chiarezza di una situazione di emergenza e, un fattore apparentemente banale come il numero di spettatori, può incidere sulla decisione di intervenire o meno.
→ Inibizione da Pubblico: situazione che si verifica quando, se c'è bisogno di intervenire, ci si chiede se si è capace di compiere l'azione nel modo corretto.
2. **Interpretare l'Evento come un'emergenza:** quando si nota un evento ambiguo o insolito si cerca di interpretarlo e, spesso, utilizziamo il comportamento altrui come indizio per interpretare la realtà = **Influenza Informativa** causando delle **Interpretazioni Erronee** che vengono alimentate dall'**Illusione di Trasparenza** che porta il soggetto a mantenere una calma apparente efficace, generando l'**Ignoranza Pluralistica**: ignorare che gli altri pensino e sentano ciò che pensano e sentiamo noi.
→ **Influenza sociale**: informativa e normativa, "se gli altri non intervengono allora non c'è bisogno che io intervenga".
3. **Assumersi la responsabilità:** in un contesto di folla la responsabilità ad agire tende a diffondersi tra più persone diminuendo l'impatto personale intenso come motivatore della condotta di aiuto. Soggetti residenti in grandi città tendono a limitare gli atti di soccorso e altruismo poiché influenzati da Affaticamento da Compassione e da Sovraccarico Sensoriale derivato dall'imbattersi in un numero così elevato di persone bisognose.
→ *Diffusione di Responsabilità*
4. **Conoscere la forma appropriata di Aiuto:** lo spettatore che decide di intervenire corre il rischio di essere messo in imbarazzo se la situazione non viene interpretato correttamente (es. non reale emergenza). Il timore di una valutazione negativa per il proprio comportamento aumenta quando lo spettatore non sa se possiede le capacità per far fronte alla situazione.
5. **Implementare la Decisione:** anche se si decide di intervenire, possono presentarsi dei motivi per cui si decide di non agire; es. gesto prosociale ripagato con violenza verbale o fisica da parte di parenti della vittima, ovvero disincentivo per le persone che intendono aiutare.

Ricerche hanno dimostrato che in situazioni pericolose in cui il perpetratore dell'atto è presente e l'intervento implica una quanto di rischio fisico, l'effetto passante è meno forte.

AUMENTARE L'ALTRUISMO

Tre sono i principali modi studiati per aumentare l'altruismo:

- **Ridurre l'Ambiguità ed Incrementare la Responsabilità:** sollecitare le persone a interpretare un incidente correttamente, assumersene le responsabilità, l'aspettativa di incontrare nuovamente la vittima, tutto ciò che personalizza l'esperienza (richiesta personale, contatto visivo...) e determinate circostanze (es. essere osservati e valutati, targhette con nomi...) conduce ad un incremento dell'impegno. Gli individui consapevoli di sé mettono più spesso in pratica i propri ideali.
- **Senso di Colpa e Preoccupazione per l'Immagine di Sé:** gli individui che si sentono in colpa sono più propensi a fornire aiuto. Alcune ricerche hanno dimostrato come l'utilizzo della Tecnica della "Porta in Faccia", avanzare una contro-offerta basata su una richiesta più ragionevole dopo che qualcuno ha negato una prima richiesta considerevole, porta molti soggetti ad accettare la seconda contro-offerta; es. "Se non volete fare questo, fareste almeno quest'altra cosa?". Il fatto di etichettare una persona come altruista può rafforzare un'immagine di sé come altruista.

- **Diffusione dell'Altruismo a Livello Sociale:** ci sono cinque modi per "insegnare l'altruismo":
 1. Insegnare l'inclusione morale: includere persone diverse da noi all'interno della cerchia di persone a cui si applicano i propri valori morali e le proprie regole di giustizia. Il primo passo può essere contrastare il bias naturale di appartenenza a un gruppo, ampliando la gamma di persone di cui ci sta a cuore il benessere, attenuando il confine tra "noi" e "loro".
→ Esclusione Morale: percezione di alcune persone o gruppi come esterni ai confini entro i quali una persona applica i propri valori morali e le proprie regole di equità, giustificando ogni sorta di sofferenza inflitta, dalla discriminazione al genocidio.
 2. Creare modelli di altruismo: leggere o essere testimoni di qualcuno che presta aiuto o soccorsi predispone ad offrire il nostro aiuto. I modelli prosociali in tv hanno più effetto di modelli antisociali.
 3. Imparare facendo Service Learning: inserire questi tipi di programmi nei curriculum scolastici hanno dimostrato di riuscire a incrementare l'impegno dei futuri cittadini, della loro responsabilità sociale, cooperazione e leadership.
 4. Attribuire il Comportamento Altruistico a Motivazioni Altruistiche → Effetto di Sovragiustificazione: fornendo agli individui una giustificazione sufficiente per sollecitarli a compiere una buona azione, è possibile incrementare il piacere insito nel compiere tali azioni spontanee.
 5. Conoscere i meccanismi che regolano l'altruismo: essere informati su come la passività degli spettatori sia in grado di influenzare l'interpretazione di un evento di emergenza e di responsabilità incrementa le possibilità che il soggetto compia un atto prosociale.

Chi aiuta gli altri

Tratti della Personalità → non sono stati definiti test per definire il profilo di chi aiuta, ma tendenzialmente possiedono:

- Bisogno di Approvazione Sociale
- Predisposizione all' Aiuto
- Emotività Positiva
- Empatia
- Autoefficacia
- Generatività: tendenza a prendersi cura delle generazioni successive alla propria
- Basso Monitoraggio = motivati da guide interne; Alto Monitoraggio = motivati da ricompense sociali

Fede Religiosa → predittiva dell'aiuto a lungo termine, specie quando si parla di volontariato o situazioni di emergenza non grave MA ricerche lo associano più ad altre forme di impegno civico.

CAPITOLO 12: CONFLITTO E RICONCILIAZIONE

Interazione tra attori in cui almeno un attore percepisce un'incompatibilità. Ci sono due diverse concezioni di legami sociali:

- Il legame sociale come ambito dell'armonia e dell'equilibrio → il conflitto è uno squilibrio ed è segno di un'anomalia o patologia da reprimere o risolvere.
- Il legame sociale come luogo di costruzione, crescita e trasformazione → il conflitto come elemento intrinseco e necessario della dinamica sociale

CAUSE DEL CONFLITTO

Il conflitto e il riconoscimento

Il conflitto costringe a riconoscersi (e riconoscere) come portatori di desideri diversi da quelli altrui e a fare i conti con i limiti che la realtà pone alla loro soddisfazione immediata. Proprio da questa **pluralità di desideri** nasce il conflitto.

Ci sono 4 cause del conflitto e sono:

(1) I Dilemma Sociale

Molti dei conflitti odierni avvengono secondo la Trappola Sociale: situazione in cui le diverse parti perseguono i propri interessi, a danno della collettività e intrappolandosi in un comportamento reciprocamente distruttivo.

Il Dilemma del Prigioniero → si tratta di un gioco di laboratorio in cui due sospettati interrogati separatamente; gli vengono proposte tre soluzioni che li portano ad assumere un atteggiamento competitivo (tradimento), O cooperativo. La migliore soluzione perché entrambe fanno solo 1 anno. Si tratta.

Teoria dei Giochi

Elaborata da Neumann e Morgenstern su richiesta del governo americano. Si tratta di una teoria della scelta razionale in situazioni di conflitto. La scelta migliore è quella in cui c'è parità di guadagno tra:

- Strategia dominante ottimale → ovvero consente far vincere maggiormente a uno dei contendenti e a far perdere all'altro.
- Processi di presa di decisione
- Interdipendenza delle decisioni

Questa teoria avviene quando bisogna prendere una decisione, che però dipende anche dalla scelta di un altro (il rivale).

La teoria dei giochi ci dice che ci sono più situazioni differenti:

- **Gioco a somma zero** → ogni giocatore o vince o perde
- **Gioco non a somma zero** → situazioni in cui entrambi i giocatori possono vincere qualcosa (anche se in maniera diversa).

Nel caso del *dilemma del prigioniero* è un gioco a motivazione mista non a somma zero, perché le persone possono decidere se cooperare o competere.

La competizione consente dal punto di vista individuale di vincere di più, però dal punto di vista pratico è la cooperazione che mi consente di vincere di più.

Quindi la strategia dominante presuppone la fiducia dell'altro, è proprio questo il dilemma dei giochi, perché questa fiducia porterebbe a cooperare. La teoria dei giochi ci dice che la strategia dominante è quella della cooperazione, che anche se prevede un guadagno minore per uno dei due però prevede una reciprocità fiduciaria.

Fiducia → il tema della fiducia è estremamente importante in queste situazioni di conflitto, si tratta del massimo guadagno, e può essere raggiunto solo se possiamo fidare sul fatto che l'altro coopererà con noi, quindi la soluzione migliore del conflitto si verifica quando entrambi scegliamo di cooperare e di fidarci dell'altro. Quindi dalla fiducia si può generare cooperazione o conflitto.

La fiducia è "il pensare di poter affidare qualcosa all'altro e pensare che l'altro lo custodisca e non lo usi contro di noi". Quindi "fiducia" è pensare di affidare le nostre parti, sia quelle più nobili che quelle meno, all'altro e avere fiducia della lealtà dell'altro e del fatto che questo non le usi per produrre sofferenza.

Qual è il rischio? Il rischio è che tradisca la nostra fiducia, quindi nei confronti dell'altro si è in una **condizione di dipendenza**. La fiducia è un collante sociale perché, essendo un costrutto relazionale, si genera in relazioni in cui entrambi

provano fiducia, e si basa su un'interdipendenza reciproca: c'è qualcuno che corre il rischio di fidarsi e aprirsi all'altro e, dall'altra parte, implica anche qualcuno che sia degno di essere fidato. Nella dipendenza reciproca, riusciamo a costruire i legami e a fidarci dell'altro perché ci aspettiamo che l'altro non ci tradisca. La fiducia è quindi uno stato psicologico che si crea in una situazione, caratterizzato da aspettative reciproche e che include la possibilità di accettare di essere **vulnerabili** (nel momento in cui confido qualcosa all'altro divento vulnerabile).

È nelle situazioni di conflitto che la fiducia viene messa alla prova. La fiducia si compone di tre elementi:

1. **Componente cognitiva** → informazioni che io so dell'altro e che mi consentono di sostenere che sia degno di fiducia.
2. **Componente emotiva** → si basa sulla capacità di tollerare l'incertezza e la paura del tradimento.
3. **Componente pro-sociale/morale** → mi porta a scommettere sul fatto che la persona di cui mi fido, essendo degna di fiducia, sia in grado di capire cosa è giusto e cosa è sbagliato.

→ Quindi, il conflitto viene definito un'interazione: accade in una relazione e, in particolare, nell'interazione tra persone. Questo è un'aspetto importante che ci consente di delimitare ciò che accade qui e ora.

(2) Competizione

Teoria del conflitto realistico

L'ostilità tra gruppi nasce su una situazione reale e concrete, per esempio dalla competizione per risorse materiali ambite ma scarse (esempio: immigrati nel mondo del lavoro). I problemi dell'intergruppi non possono essere spiegati esclusivamente tenendo conto dei problemi di personalità poiché è necessario considerare le proprietà dei gruppi e le conseguenze dell'appartenenza di gruppi sugli individui (Ha come dimensione temporale il futuro).

Questa teoria viene sviluppata da alcuni esperimenti effettuati da Sherif e Campbell. Quest'ultimo si domanda: *cosa genera animosità fra i gruppi?*

Esperimento di Robber's Cave (1949-1954): organizzazione di 24 ragazzi di 12 anni in gruppi specifici; vengono osservate 4 fasi:

1. **Formazione dei gruppi - Interdipendenza** → i ragazzini arrivano al campo estivo, sono ragazzini che non si conoscono tra loro e non sanno della presenza dell'altro gruppo. Viene chiesto ai ragazzi di darsi un nome (che sono: serpente sonagli VS aquile). Poi ciascun gruppo aveva fatto una propria bandiera e inno; quindi, hanno creato dei simboli per dare un'entità di gruppo. All'interno del gruppo i bambini iniziano a sviluppare un legame forte e relazioni significative. Incominciano quindi a sentirsi in-group, e sviluppare un'entità di gruppo. Una volta che il gruppo si è costituito (i bambini si sono sentiti parte di un gruppo) si passa alla prossima fase.
2. **La competenza tra i due gruppi - Interdipendenza Negativa** → in questa se Sherif fa incontrare i due gruppi, e li mette in competizione, si trattava di competizioni sportive (tipo baseball, football, ecc.). Chi vinceva riceveva un premio (tipo una radiolina). I due gruppi entrano in forte competizione, e si verificano eventi negativi, per esempio la squadra che aveva perso invade la casa della squadra di chi aveva vinto (cori offensivi, disfavano il letto, ecc.). Lui rileva il favoritismo dell'in-group, lo capisce prendendo due bambini di gruppi diversi e gli chiede di raccogliere dei fagioli (che erano stati posti a terra), e chi ne raccoglieva di più vinceva; tuttavia, gli altri del gruppo sostenevano e

affermavano che quello che aveva raccolto più fagioli era quello del proprio gruppo (anche se era palese vedere che uno aveva raccolto più fagioli dell'altro).

3. Riduzione del conflitto - Interdipendenza Positiva → dopo aver creato la situazione di conflitto Sherif voleva dimostrare che il gruppo poteva essere non solo l'elemento in cui si genera conflitto ma anche in cui il conflitto viene eliminato o gestito. Sherif, dice ai ragazzini che potrebbero noleggiare un film, ma c'era bisogno di soldi per pagare il noleggio (dice che servono 24 dollari: 1 a bambino). I bambini allora capiscono che possono raggiungere questo obiettivo, solo se tutti collaborano.

Poi Sherif afferma, dopo aver noleggiato il film, potevano andare al cinema a vederlo, però per arrivare al cinema ha fatto andare i bambini in un pulmino, che però sulla strada si impantana (ovviamente progettato da Sherif), e per rifarlo partire bisognava far spingere il pulmino, e vedono che insieme riescono a spostarlo.

Conclusioni:

- Conflitto di interessi, anche rappresentato da giochi competitivi, e all'origine del conflitto intergruppi.
- Scopi competitivi, conducono dunque a conflitto intergruppi
- Scopi sovraordinati, conducono a cooperazione fra gruppi.

Sherif afferma che il conflitto nasce su un conflitto di interesse; quindi, se i bambini non fossero stati messi in una situazione di competizione i due gruppi si sarebbero o ignorati o fatto cose insieme. Il conflitto nasce su questioni di interessi, scopi competitivi portano il gruppo a generare conflitto. Gli scopi sovraordinati (raggiungimento di un obiettivo comune) aiutano a diminuire conflitto. Si entra in competizione quando si vuole ottenere qualcosa.

Quindi nei gruppi si può sia generare conflitto, ma anche grazie allo scopo sovraordinato si può ridurre il conflitto, i pregiudizi, ecc.

Il conflitto nasce solo quando c'è un obiettivo comune concreto? O solo quando ci sono risorse scarse ambite? In realtà, no, perché si genera anche quando c'è scontro di idee

Limiti:

- La cooperazione fra gruppi non sembra sufficiente ad annullare atteggiamenti negativi verso l'out-group
- Non è tanto importante l'obiettivo comune, ma l'esito della loro collaborazione
- Il conflitto pare talvolta fondarsi su competizioni per beni sostanzialmente intangibili o anche sulla percezione di conflitti di interesse con l'out-group

(3) Percezione di ingiustizia

Se una delle due persone contribuisce di più e a meno benefici dell'altra, si sentirà sfruttata e irritata, mentre l'altra si sentirà sfruttatore e proverà senso di colpa; è possibile che una delle due persone sia più sensibile all'ingiustizia rispetto all'altra.

Teoria della deprivazione relativa di Stouffer (1949) e Crosby (1976):

Sentimenti di scontentezza sorgono dalla convinzione che altre persone/gruppo si trovino in condizioni migliori rispetto alle proprie o a quelle del proprio gruppo. (Ha come dimensione temporale il passato)

Esistono 2 forme:

Egoistica: tra sé e altre persone.

Fraterna: tra il proprio gruppo e altri gruppi → per abbassare il conflitto bisogna rielaborare il passato alla ricerca che si ha avuto con "l'avversario".

(4) Errori di percezione

Molto conflitto sorgono sulla base di un piccolo nucleo di obiettivi relativo realmente incompatibili attorno a cui si sviluppa un'ampia gamma di errori di percezioni:

- **Self-Serving Bias:** portano le persone e i gruppi ad accettare meriti per le loro buone azioni e a ridurre le responsabilità per quelle cattive, senza accordare agli altri gli stessi benefici
- **Autogiustificazione** porta le persone a negare il male delle proprie azioni di prepotenza
- **Errore Fondamentale di Attribuzione:** ogni persona/gruppo vede l'ostilità dell'altro come il riflesso di una disposizione negativa/malvagia, filtrandola e aggiungendola ai propri preconcetti
- **Pensiero di Gruppo:** tendenza a percepire il proprio gruppo come morale e forte, e il gruppo opposto come diabolico e debole
- **Percezioni dell'Immagine allo Specchio:** la visione reciproca dell'altro posseduta dalle parti del conflitto; quando due parti percepiscono immagini contrastanti, almeno una delle due fraintende l'altra portando a un'autoconferma.
- **A si aspetta che B sia ostile, A può trattare B in modo che B soddisfi le aspettative di A**
- **Pensiero Semplicistico:** quando la tensione aumenta è più difficile pensare in modo razionale, la visione del nemico diventa semplicistica e stereotipata mentre i giudizi istintivi più frequenti.
- **Percezioni di Cambiamento:** dato che i malintesi seguono il conflitto, scompaiono quando il conflitto diminuisce e riappaiono al suo aumento.

Teoria Dei Bisogni Umani Fondamentali

Esistono classi universali di bisogni che variano con il variare delle culture e delle concrete situazioni storico-sociali; se uno dei seguenti bisogni viene negato è possibile la nascita di un conflitto:

- **Bisogni relativi alla Sopravvivenza Materiale:** bisogno di sicurezza, bisogno di benessere.
- **Bisogni Non-Materiali:** bisogno di autonomia, bisogno di riconoscimento.
- **Bisogno Relazionali:** bisogno di senso di appartenenza, bisogno di dignità e stima di sé.

I bisogni sono la motivazione profonda alla base di molti conflitti; individuarli consente di localizzare dove vengono violati, dove c'è un conflitto latente, ci fa sviluppare soluzioni sostenibili ai conflitti. Le strutture sociali vanno

Teoria dell'identità sociale → ostilità nasce dal bisogno di mantenere o rafforzare la propria autostima. L'autostima deriva, oltre che dall'identità personale, dalla appartenenza a gruppi e dalla sua valutazione rispetto ad altri, Distinzione positiva per l'in-group attraverso valutazioni pregiudiziali e condotte discriminatorie.

Strategie per affrontare il conflitto

[Caso del signor Paschetto: il signor Paschetto deve prendere una decisione. Da mesi sta progettando di prendersi due settimane di vacanza in una tranquilla casetta di montagna, facendo lunghe escursioni, andando a pesca e godendosi il panorama. Ma sua moglie ha bruscamente infranto questo sogno. Lo ha infatti informato che trova la montagna assolutamente noiosa e che desidera andare in una nota località balneare, che il signor Paschetto detesta vivamente. Egli deve decidere quale strategia impiegare per affrontare questa divergenza di interesse generata da una scarsa risorsa (solo due settimane di ferie). Possibili strategie in questo caso: compromesso (una settimana al mare e una in montagna)]

Le strategie per affrontare un conflitto sono:

- **Contesa** → quando una soluzione viene presa, e di solito è quella del soggetto dominante della relazione (esempio: pasquetto cerca di dissuadere la moglie dall'andare al mare elencandole tutte la parti negative).
- **Problem-solving** → una terza soluzione che vede le due parti convergere (esempio: un'altra località, come una città)
- **Compromesso**
- **Cedere alle richieste della controparte**
- **Inazione** → non fare niente, e lasciare che magari sia il destino a guidarci.
- **Ritirarsi dal conflitto (evitazione)** → evitare la questione e non parlarne.

Ci poi altre due soluzioni che sono:

- **Escalation del conflitto** → quando il conflitto deborda rispetto all'oggetto (il conflitto non è piu dove andiamo quest'estate, ma su qualcos'altro, ovvero di noi come coppia),
- **Negoziazione** → rivolgersi ad un terzo.

Questa classificazione della gestione dei conflitti a livello interpersonale si sovrappone alle strategie di gestione dei conflitti tra i gruppi, perché queste stesse modalità che vediamo a livello individuale, vengono ritrovate anche in situazioni in cui si vuole far prevalere l'idea e la posizione di un gruppo, rispetto a un altro.

Stili di affrontare il conflitto - Blake e Mouton → ci dice anche come stanno le persone in questo stile:

- **Situazione di competizione:** c'è un gruppo contento e uno triste.
- **Situazione di evitamento del conflitto:** lascia tutti insoddisfatti, è un prolungare la "sofferenza" l'"agonia", genera quindi disagio e malessere per tutti.
- **Accomodamento:** chi ha ceduto non è contento chi ha ottenuto ciò che voleva è contento.
- **Compromesso:** le persone sono metà contente e metà scontente.
- **Situazione integrata /collaborazione:** entrambi i gruppi sono contenti, perché la soluzione soddisfa entrambi le parti. Questa soluzione viene detta **win-win** (=vittoria reciproca).



Soluzioni doppia (win-win) → le soluzioni we-win sono quelle integrative, e consiste nell'ascoltare i bisogni dell'altro (o un terzo consente le parti ad ascoltarti), in modo da trovare ciascuno la risposta al proprio bisogno, che non è detto che sia esattamente il bisogno dell'altro. Quindi non è detto che la divisione in parti uguali sia quella migliore.

Soluzioni distributive → davanti ai conflitti spesso si pensa che queste siano quelle più efficaci, ma in realtà sono quelle integrative le più efficaci.

Soluzioni imposte (arbitrato) → davanti a un conflitto che raggiunge livelli alti, l'unica soluzione possibile è un arbitrato, ovvero un terzo che impone una soluzione. Tuttavia, si tratta di una soluzione temporanea, che non risolve il conflitto ma serve solo per tenere sotto controllo il conflitto per un momento. Queste soluzioni quindi hanno vita breve, perché l'imposizione non è mai una risoluzione vera del conflitto, ma solo temporanea.

CLASSIFICAZIONE DEL CONFLITTO

Quando parliamo di conflitti, pensandoli come interazioni, quindi rispetto ad un oggetto specifico che si verifica nel qui ed ora rispetto ad un'interazione tra attori, entrano in gioco:

- Attori che contendono
- Atteggiamenti e sentimenti degli attori
- Azioni che mettono in atto
- Materiale del litigio
- Situazione/contesto

Tutti elementi importanti, ma sono tre quelli utilizzati per definire tipologie diverse di conflitti:

- Attore → dimensione soggettiva.
- Azione → ciò che è direttamente osservabile nell'interazione.
- Obiettivi e scopi → ciò che genera la contraddizione che si genera sul conflitto.

Questi tre elementi in particolare hanno portato Arielli e Scotto a descrivere i diversi tipi di conflitto:

- 1. Conflitto di tipo I: divergenza** → si verifica quando due attori, che sono nel medesimo contesto e che si suppone che debbano collaborare, mettono in atto azioni diverse per raggiungere obiettivi diversi. La divergenza ha, al suo interno, un tipo di conflitto più psicologico ed individuale, chiamato "dilemma", ovvero un confronto tra i desideri. Uno dei due attori sente un contrasto interiore tra quello che vorrebbe lui e quello che vorrebbe l'altro.
- 2. Conflitto di tipo II: concorrenza** → si verifica quando due attori mettono in atto azioni diverse per raggiungere lo stesso obiettivo/scopo.
- 3. Conflitto di tipo III: ostacolamento** → si verifica quando uno dei due attori non mette in atto delle azioni per raggiungere il risultato, ma mette in atto delle azioni per ostacolare il raggiungimento del risultato da parte dell'altro. Il rischio di questa situazione di ostacolamento è il fatto di perdere di vista il proprio raggiungimento dell'obiettivo, perché le risorse si usano per ostacolare l'altro e non per incrementare la sua azione.
Conflitto di tipo III: ostacolamento reciproco → si verifica quando non si ha più un obiettivo perché quello che conta è ostacolare l'altro ad ogni costo.
- 4. Conflitto di tipo IV: aggressione** → si verifica quando si aggiunge anche la violenza pur di arrecare dei danni e della sofferenza all'altro, quindi si mettono in atto delle azioni non per superare l'altro ma per "eliminarlo". L'aggressione ha, al suo interno, un altro tipo di conflitto che è la competizione, ovvero l'unione di ostacolamento e concorrenza.

GESTIRE IL CONFLITTO

Sono state individuate due dimensioni chiave:

- Soddisfacimento bisogni e interessi personali
- Mantenimento relazione con l'altro

Lavora sul binomio vincente - perdente

- Dominio: vincente perdente
- Compromesso: né vincente né perdente
- Fuga difensiva: solo perdenti
- Accomodamento: perdente/vincente (relazione)

- Integrazione: vincente/vincente

Le quattro C della Pacificazione

Sono state identificate le Quattro C della Pacificazione:

(1) Contatto

Seppure aspettative negative possano condizionare i giudizi, creare delle profezie che si autoavverano e portare allo scontro, diversi studi hanno anche dimostrato come la vicinanza aiuta a simpatizzare e che il contatto preannuncia atteggiamenti tolleranti. Spesso però si verifica una Ignoranza Pluralistica, ovvero che persone di razze diverse affermano che sarebbero contenti di avere più contatto, ma percepiscono che l'altro non abbia il loro stesso desiderio. Due metodi per avere un contatto: - Amicizia: intrattenere rapporti di amicizia con alcuni membri dell'outgroup sviluppa atteggiamenti più positivi verso tutto l'outgroup; per far sì che questo accada è necessario riconoscere che l'amico rappresenta le persone dell'altro gruppo. Il primo passo è minimizzare la diversità di gruppo, poi riconoscerla e, infine, superarla. Particolarmente efficace per soggetti inizialmente molto intolleranti. - Contatto alla Pari: contatto sulla base di eguaglianza utile per superare le ostilità. Proprio come una relazione tra persone di diverso status alimenta atteggiamenti coerenti con il tipo di relazione, così vale per le relazioni di pari status (es. tra commessi, soldati, vicini di casa o ragazzi nei campi estivi...)

(2) Cooperazione

è facile vedere svilupparsi un'amicizia tra coloro che sperimentano una minaccia condivisa così come avere consapevolezza di chi sono "loro", aiuta a definire chi siamo "noi" (es. arruolamento in tempo di guerra). I leader possono anche creare una minaccia esterna come tecnica per costruire una coesione di gruppo. Avere un Obiettivo Sovraordinato, ovvero che prescinde dalle differenze individuali tra persone, è condiviso e che necessita di uno sforzo cooperativo, aiuta a consolidare il gruppo MA se la cooperazione tra due gruppi porta al fallimento, il conflitto può peggiorare.

(3) Comunicazione:

può avvenire direttamente tra le due parti interessate o essere mediata da terzi secondo tre approcci:

- **Trattativa attraverso Negoziazione:** processo di interazione tra due o più parti in cui si cerca di stabilire cosa ognuna dovrebbe dare e ricevere in una transazione reciproca finalizzata al raggiungimento di un accordo mutuamente vantaggioso.
Può seguire due accordi:
 - distributivo: le parti si concentrano sulla distribuzione di costi e benefici a partire dalle proprie posizioni, effettuando concessioni e convergendo progressivamente verso un punto di accordo. Si tratta solo dal proprio punto di vista, non trovando soluzioni creative e creando un conflitto latente
 - Collaborativo: le parti cooperano per cercare di massimizzare il guadagno per entrambe. Muta la percezione dell'avversario e si rielaborano i problemi dell'altro con l'altro.
- **Mediazione:** il tentativo da parte di un terzo neutrale di favorire la gestione di un conflitto facilitando la comunicazione. Essa mira a ristabilire il dialogo tra le parti per poter raggiungere un obiettivo concreto, riorganizzando le relazioni in modo che le parti si riappropriino della propria attiva e responsabile capacità decisionale.

- **Accordo tipicamente Integrativo** (accordo vincitore-vincitore): soluzioni a vittoria doppia; si cerca una giustizia dando a ciascuno ciò di cui ha bisogno partendo dalle posizioni dei contendenti; più accettata ma non sempre quella migliore. Valorizza le persone aiutandole a trovare insieme una soluzione per risolvere il conflitto e mantenere la relazione.
- **Arbitrato**: processo volontario nel quale le parti in conflitto domandano e demandano a una terza persona, che si suppone neutra e imparziale, di prendere una decisione al posto loro. Un vantaggio è l'immediata cessazione del conflitto MA le parti non sono gli attori principali.
- **Accordo tipicamente Imposto**: l'arbitro, dopo aver ascoltato le due opinioni, prende una decisione e la impone.

(4) Conciliazione

Quando la tensione e il sospetto aumentano così tanto che la comunicazione e la risoluzione diventano impossibili, è necessario applicare il **GRIT** (Graduate and Reciprocate initiatives in Tension Reduction) di OSGOOD (1980): esso innesca una reciproca riduzione della tensione basandosi sulla norma della reciprocità e ai processi di attribuzione (soprattutto nei conflitti internazionali).

LA PSICOLOGIA DEL MALE

Zimbardo afferma che il mondo è pieno di bene e male, ci sono persone che recano male ad altre. Tuttavia, bene e male non sono sempre chiaramente distinti, infatti la barriera tra bene e male è sfumata. Gli angeli possono diventare diavoli, i diavoli possono diventare angeli

Zimbardo si chiede: che cosa spinge le persone ad essere cattive?

Che cos'è il male?

Zimbardo, afferma che il male consiste nel comportarsi intenzionalmente (quindi non a caso) in comportamenti che danneggiano, oltraggiano, umiliano, deumanizzano o distruggono persone innocenti. Zimbardo afferma che noi quindi siamo capaci di azioni che provocano male a una persona senza che lei ci abbia fatto nulla. Inoltre, il male consiste anche nell'usare la propria autorità e il proprio potere sistemico per spingere altri a farlo per noi. Si parla quindi di un potere sistemico in cui vi sono diverse variabili che possono determinare il comportamento di una persona. Lui vuole capire queste variabili, per poter prevenire queste situazioni (quindi il fatto che persone ordinarie in determinate situazioni possono diventare demoni, come con l'esperimento dell'elettricità).

Vi è una lettura filosofica che vede due posizioni:

Male essenzializzato → quindi il male è intrinseco nelle persone. Questa teorizzazione ha avuto molto successo, perché piace che il male sia legato a tratti di personalità dei singoli, in questo modo le persone senza male non lo saranno mai. Si definisce quindi che ci sono persone cattive e persone buone. Questo ci tranquillizza perché se noi non ci riconosciamo in questi tratti siamo in salvo. Inoltre, noi non siamo neanche responsabili di ciò che fanno gli altri. Quindi vi è un'assoluzione di responsabilità per i buoni.

Incrementalismo → afferma che il male e il bene non sono così distinti, ma ci sono più sfumature di grigio tra queste. Quindi non è una questione di essere buoni o cattivi perché tutti possiamo esserlo. Ci sono circostanze in cui la nostra quota di mettere in atto comportamenti negativi aumenta affinché non li mettiamo in atto concretamente.

Sotto un punto di vista psicologico queste due correnti prenderebbero il nome di: disposizionali, e situazionali.

Disposizioni → si tratta quindi della qualità intrinseca. Se siamo su questa teoria, di fronte a una persona che commette un'azione maligna, mi viene da chiedere di chi è la colpa.

Situazionale → in questo caso non ci si domanda di chi è la colpa, ma ci si sofferma sul capire quali sono le condizioni, circostanze e situazioni che hanno portato la persona a commettere azioni oltraggiose.

Quindi ci si chiede poi:

- Fino a che punto conosciamo noi stessi, le nostre debolezze e i nostri punti di forza?
- La conoscenza deriva dal riflettere su situazioni abituali o inusuali?
- Fino a che punto conosciamo davvero le persone con cui interagiamo?

Caso di Abu Ghraib, 2004 → Zimbardo, viene chiamato come consulente di parte di un soldato americano che era stato denunciato per comportamenti oltraggiosi e umiliati nei confronti dei prigionieri.

Abu Ghraib, era un carcere americano in Iraq, in cui dovevano essere carcerati tutti i militari e collaborazionisti iracheni in modo da estrarli le informazioni sulla parte dell'esercito che resisteva alla liberazione americana. Era un carcere di medie dimensioni, che prevedeva una gestione da parte di soldati e militari di carriera e anche riservisti.

In questo carcere è stata la prima volta che tutte le torture che accadevano venivano documentate con foto. Una delle torture peggiori era quello dell'albero elettrico: la persona veniva messo sul piedistallo, con un sacco, e con attaccate alle dita dei fili (pensavano che se avessero abbassato le braccia avrebbero preso una scossa mortale, ma non era vero). Un'altra immagine molto forte è di una ragazza con al guinzaglio un soldato iracheno denudato.

Lynndie England, era la ragazza della foto, quindi era una persona ordinaria. SAI tratta di una ragazza del west virginia, che proveniva da una famiglia modesta e quindi aveva iniziato a fare la gelataia per poter studiare meteorologa. Il suo compagno le fa vedere la proposta di andare in Iraq come riservista quindi a lavorare nelle carceri in cambio di soldi. Questa ragazza è uscita dall'esercito con disonore ed è stata poi condannata a 10 anni (che sono poi diventati 3).

Molti ritenevano che non meritasse di essere condannata, perché in realtà è una brava ragazza. Altri invece affermano che in realtà provava una sorta di piacere nel fare del male agli altri. Altri ancora, affermavano invece che essendo una soldatessa doveva obbedire agli ordini dei comandanti.

The Stanford Prison Experiment

Questo Interesse di Zimbardo nasce da una richiesta concreta, siamo nel 1971 in America, dove ci sono studenti che protestano nei campus dell'università. Per lo più erano manifestazioni pacifiche, tuttavia molti furono arrestati. Quindi le carceri si riempiono di questi studenti, quindi ordinary people, e questa situazione mette in crisi le guardie delle carceri perché si trovano studenti che argomentano, protestano, ecc. non violentemente. Però queste guardie iniziano a commettere atti di violenza in

confronto ai ragazzi per farli obbedire (esattamente come trattavano gli altri detenuti).

Zimbardo afferma che queste guardie sono in una situazione straordinaria, di stress e che non sapevano cosa fare, e alcune volte l'unica soluzione era quella di usare violenza, anche se in realtà i ragazzi protestavano in maniera del tutto pacifica.

A questo punto i direttori delle carceri chiedono a Zimbardo di come formare le guardie affinché sappiamo come comportarsi.

A questo punto Zimbardo fa un esperimento, in uno scantinato del dipartimento di psicologia, in cui riproducesse un carcere, e mise all'interno studenti, alcuni con il ruolo di guardia e altri con il ruolo di prigionieri.

L'obiettivo dell'esperimento era quello di comprendere se la brutalità di alcune delle guardie fosse legata alle persone o alla situazione. Quindi le guardie usano violenza perché gli studenti erano cattivi, o perché a causa di una situazione di stress molto forte, queste persone in questa situazione perdono di vista il loro mandato.

Zimbardo afferma che se nel suo esperimento le persone si comportano in modo non aggressivo, allora siamo nella prima situazione quindi le guardie sono aggressive perché lo sono davvero.

Se invece, nel suo esperimento, le guardie mettono in atto azioni aggressive, allora è la situazione che ha un potere estremamente consistente che va oltre a qualsiasi aspettativa.

Svolgimento esperimento: I ragazzi (24) scelti furono sottoposti a test ed erano giovani senza problemi psicologici, che non facevano uso di sostanze, insomma giovani americani perfetti (la scelta del ruolo era totalmente casuale: con una moneta).

Il primo giorno (domenica) vi era la cerimonia di degradazione: in cui la persona veniva denudati e gli fu spruzzato un antiparassitario addosso. E restano nudi per un po', in questa sala insieme a tutti. Successivamente gli fu portata la divisa, con il numero, e anche una calza di nylon da mettere in testa (così che tutti sono uguali). Sotto al camicione i ragazzi erano senza biancheria intima, in questo modo, non potevano sedersi a gambe aperte (perché la divisa era corta). Quindi già nel primo giorno, le guardie avevano un manganello e degli occhiali a specchio (per evitare contatto visivo), e iniziarono a fare battute ai prigionieri dandogli della "femminuccia" (per il modo in cui camminavano). I ragazzi, durante il primo giorno, a parte a questi disagi, il clima era abbastanza tranquillo.

Alle due di notte tra domenica e lunedì vi è la prima conta, e ogni detenuto si identifica con il proprio numero. Non vi era l'orologio nel carcere. Alle 6 del mattino le guardie fanno un'altra conta (all'inizio le regole ci dovevano essere delle conte prefissate giornaliere ma le guardie non le hanno rispettate). Dal momento in cui le guardie iniziano a fare un po' quello che volevano, anche i prigionieri iniziano a ribellarsi. A tutta risposta le guardie sparano il contenuto dell'estintore sui ragazzi, i quali si spaventano. Le guardie allora entrano nelle celle li denudano, tolgono i materassi. In questo momento vi erano 9 guardie (dovevano essere solo 3 a turno che durava 8 ore). Le guardie si inventano la cella dei privilegiati, ovvero prendono tre detenuti e li mettono in una cella con materasso e lenzuola, perché quelle che avevano collaborato di più (potevano mangiare, andare in bagno, ecc.).

Successivamente disfano questa cella, e in ciascuna delle altre celle, mettono questi tre detenuti delle celle privilegiate con gli altri. Questo era un modo per creare rivalità tra i detenuti, ed evitare quindi coesione. I detenuti, quindi, vanno da Zimbardo (che era la guardia del detenuto) per reclamare questo atteggiamento aggressivo delle guardie, ma Zimbardo afferma che tutto era normale.

Un detenuto inizia a non sentirsi bene e Zimbardo lo fa rientrare in cella, poi viene chiamato uno psicologo, che afferma che il giovane stava avendo un attacco di

panico; quindi, dopo solo due giorni il ragazzo viene allontanato. Nonostante questo Zimbardo non interviene, ma sostituisce il ragazzo con un altro. Successivamente a tutti i ragazzi viene vietato di mangiare, di andare in bagno (devono usare un catino). Poi arriva il martedì, che è il giorno di visita, Zimbardo entra sente l'odore e vede i ragazzi con le occhiaie, e allora ordina di pulire tutto, far mangiare i ragazzi e sistemare la situazione. Tuttavia, i genitori si rendono conto che qualcosa non va. In questa situazione alcune delle guardie fraintendono una conservazione, ovvero un ragazzo dice ai genitori di tirarlo fuori da qui e gli racconto del ragazzo che è uscito. Le guardie riferiscono a Zimbardo di cercare quel ragazzo uscito (8612) il quale sta organizzando una rivolta. Si tratta tutto di un fraintendimento perché non era vero niente.

Quindi Zimbardo, chiama la polizia di Stanford perché c'è una rivolta in atto e chiede di portarli lì, ma ovviamente non glielo consentono. Allora porta su i ragazzi bendati (al primo piano al dipartimento di psicologia) e Zimbardo aspetta giù.

Gli psicologi li vedono molto disorientati e persi, e avvisano Zimbardo, che dice che invece è tutto sotto controllo.

Zimbardo in quel momento si comportava e si sentiva proprio il direttore del carcere. Il mercoledì c'era la visita del sacerdote (gli fu detto di comportarsi come se si trovasse in un vero carcere), che va da questi ragazzi e gli chiede cosa hanno commesso, i ragazzi a questo punto sono molto disorientati.

Poi vi è 819 che ha anche lui un attacco di panico, e quindi Zimbardo gli dice di uscire, ma 819 non vuole, perché vuole dimostrare di essere un bravo detenuto. A questo punto Zimbardo gli afferma che non deve dimostrare di essere un bravo detenuto perché è uno studente, e infine questo ragazzo esce.

Il giovedì entra un altro ragazzo al posto dell'819, che era finito veramente in un carcere e quando arriva dice che sembra proprio di essere in un carcere vero. Lo mettono nel buco (sgabuzzino in cui ci sta solo una persona). Il ragazzo nel buco dice agli altri, che non va bene perché sono in una situazione molto critica. Allora incontrano la commissione e Zimbardo e consulente dicono che faceva tutto parte dell'esperimento.

Il venerdì mattina **Christina Maslach**, fidanzata e moglie di Zimbardo, gli chiede di vedere il carcere, quando entra nel carcere ordina a Zimbardo di chiudere l'esperimento, perché stava andando molto oltre, rischiava una denuncia, perché aveva creato nei ragazzi una situazione di forte stress, ansia.

Quindi l'esperimento che doveva, inizialmente durare 14 giorni, ma dovettero sospenderlo prima, e durò complessivamente 6 giorni.

Risultati e conclusioni: la situazione carceraria ha fatto sì che **ordinary people** (studenti normalissimi) si trasformassero in guardie e carcerati con un desiderio di oltraggiare e danneggiare gli altri molto forte. Gli studenti stessi si sono impressionanti riguardando i filmati. Zimbardo mette in luce che la situazione ha un grosso potere e ti dà anche un ruolo al quale di aggrappi come pupi e le persone si conformano in quella situazione che è determinante rispetto ai comportamenti che le persone mettono in atto. Quindi Zimbardo dice: chi siamo dipende anche dove siamo.

Quindi in molte situazioni non è la mela bacata ma la cassa in cui è collocata = persone normale messe in certe situazioni finiscono per trasformarsi da angeli in demoni.

Questo è dovuto dal potere della situazione e il potere del ruolo. Le guardie si sono ritrovate in uno status sociale elevato senza sapere come comportarsi. Quello che si dicevano sempre era che loro erano i buoni (perché erano le guardie) mentre i detenuti erano il male.

Un altro elemento messo in luce è la percezione del controllo sulla vita degli altri e inebriante, perché pensare di poter fare dell'altro ciò che vuoi, dà una sensazione di

onnipotenza hce le guardie hanno dichiarato di aver provato. Perché più i detenuti mettevano in azione atti contrastanti, più le guardie sentivano di dover esercitare il controllo.

I detenuti hanno assunto il ruolo tale complementariamente come le guardie hanno assunto il ruolo di guardie. Era quindi come se avessero persone la propria identità personale. I detenuti erano un semplice numero, e a un certo punto sentivano di meritarsi di stare in quel posto come se avessero effettivamente commesso questo. Si ha anche una condizione psicologica di effeminatezza, quindi come fare emergere omosessualità latente, e i detenuti pensavano di essere lì per questo. Quindi i detenuti hanno cercato di darsi una spiegazione perché per loro era impossibile che in un arco così breve di tempo si fossero trovate in una situazione del genere.

I detenuti inoltre si sentivano impotenti.

Questo esperimento dimostra la potenza del ruolo. Zimbardo ci dice che pur di essere riconosciuti noi accettiamo qualunque ruolo. Quindi il ruolo è estremamente importante, perché nel momento in cui assegniamo un ruolo assegniamo un'identità. Zimbardo ci dice che siccome lo sappiamo possiamo evitare che questo accada, lavorando sul senso del potere, sul tema del ruolo (come le persone lo interpretano, come viene assegnato). Quindi l'importanza di questi esperimenti e eventi ci confermano sul fatto che noi psicologi su questo possiamo lavorare.

CAPITOLO 13: PSICOLOGIA SOCIALE DELLA TRANSIZIONE ECOLOGICA

TEMA DELLA SOSTENIBILITÀ

È un tema di cui si parla spesso, tuttavia non è chiaro cosa significa sostenibilità. Elementi che ci portano a pensare come questo tema tanto dibattuto sia molto poco conosciuto. Interessa la psicologia sociale, perché promuovere movimento sostenibilità implica capire cosa le persone fanno, e capire come modificare gli atteggiamenti negativi e promuovere quelli positivi.

Ricerca italiana

Una ricerca italiana ha individuato cosa pensano gli italiani riguardo il tema della sostenibilità e della transizione ecologica. Per sostenibilità si tratta di conservare le risorse che abbiamo per garantire una buona qualità di vita alle generazioni future. La transizione ecologica, ci dice di un modo che va a valorizzare tutte le risorse che troviamo in questo mondo (non solo quelle naturali ma anche quelle umane). Questa indagine è interessante perché ci fa vedere quali sono le credenze e percezioni che circolano attraverso le persone riguardo tali temi, e a differenza dal 2018 a oggi. Questa ricerca ha riscontrato

- Sostenitori della transizione ecologica → 2018 erano il 20% oggi sono il 23%, si tratta di persone a favore di mettere in atto comportamenti a favore della transizione ecologica.
- Aperti alla transizione ecologica → nel 2018 erano al 50% oggi al 41%. Queste sono persone che ritengono che la sostenibilità è importante, ma non abbastanza per far cambiare davvero abitudini.
- Scettici → nel 2018 erano 12% e oggi il 22%, quindi persone diffidenti riguardo a questo tema e non credono alla possibilità di agire per salvare il clima, snobbano la sostenibilità, ritenendola una trovata di marketing.
- Indifferenti → che nel 2018 erano il 17% oggi sono il 14%, questi considerano tali temi irrilevanti.

In termini di lavoro psicologico, per promuovere la sostenibilità bisogna lavorare sul gruppo degli aperti alla transizione ecologica, poiché è un gruppo alle quali può essere

fruttuoso e più semplice lavorare in termini di cambiamento dell'atteggiamento, perché non sanno neanche loro da che parte andare. Questi sono attenti al contesto, e magari mettono già in atto alcuni comportamenti senza neanche rendersene conto.

Sviluppo sostenibile

Per sviluppo sostenibile si intende la possibilità di soddisfare i bisogni di ogni generazione in quanto la soddisfazione dei bisogni della generazione presente non va a compromettere quella dei bisogni delle generazioni future.

Questo tema, e necessità di accedere a una dimensione pro-ambientale fa riferimento a quelli che sono i 3+1 dei 17 capisaldi degli obiettivi dell'agenda 2030. All'interno di questi 17 obiettivi ci sono 3 macroaree:

- **Ambiente** → quindi tutto ciò che riguarda la cura dell'ambiente
- **Society** → l'attenzione alle persone (inclusività, ecc.)
- **Economia** → mercato all'insegna dell'equità e della società

L'elemento trasversale a questi tre è il tema della **promozione dell'educazione alla sostenibilità**, che significa promuovere la sostenibilità anche attraverso azioni che sono di promozione della sostenibilità.



→ si tratta di un programma scritto nel 2015 dai paesi membri dell'ONU, e vi sono 17 obiettivi che ci si propone di arrivare nel 2030, per migliorare lo sviluppo.

Il contrasto tra le zone urbane e le zone rurali:

→ **ruralità**: molti sociologi si sono chiesti come vivono le persone in quelle chiamate "zone interne", così chiamate in quanto "sostenibilità" vuol dire anche promuovere la salvaguardia, l'innovazione e lo sviluppo dei territori che sono meno ambiti alle persone.

Nel corso del tempo, si è rovesciata la collocazione delle persone tra zone urbane e zone rurali: le persone sono passate sempre di più a vivere nelle città urbane. Così facendo, però, hanno fatto perdere il contatto con la natura e hanno fatto pensare che le zone rurali potessero essere solo delle riserve di sfruttamento, senza far pensare alla logica più ampia di individuo-contesto che porta a comprendere che tutti i contesti sono correlati e che, quindi, se esageri in un ambito, dall'altra parte si provoca, inevitabilmente, un danno

Come governare gli scenari futuri?

Le persone quando si rendono conto che il contesto in cui vivono non risponde a un atteggiamento sostenibile cercano di cambiarlo. Le ricerche ci dicono che, in questo caso, si possono mettere in atto due diversi processi:

- **Mitigazione** → diminuzione o annullamento degli impatti negativi che le azioni umane hanno sulla natura, in particolare sui fenomeni climatici globali (per esempio, con riguardo alla crescente presenza di anidride carbonica nell'atmosfera).
Quindi la mitigazione porta a mettere in atto comportamenti pro-ambientali, che possono essere in prima persona.

- **Adattamento** → adozione di misure che consentano un migliore fronteggiamento e gestione delle conseguenze indotte da fenomeni ambientali legati alle modifiche climatiche globali.

Ci porta a un tema di resilienza, che in questo caso è individuale, io penso a far fronte alle sfide ma penso solo a me (esempio: possibili alluvioni → mi assicuro la casa).

Perché la psicologia è necessaria alla sostenibilità ambientale?

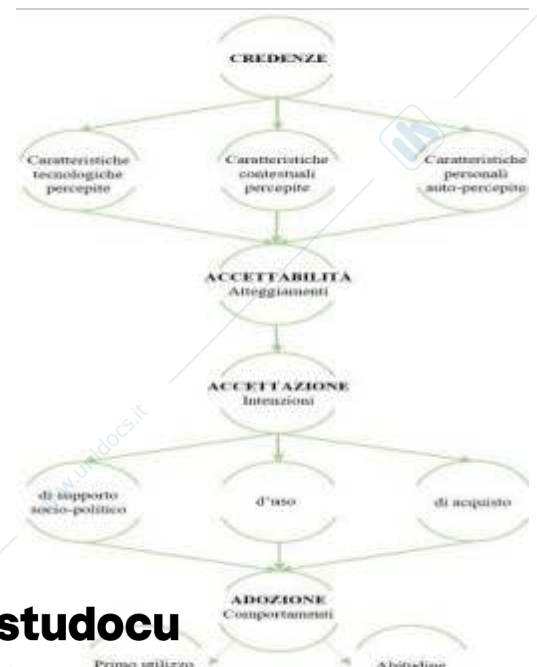
Molti psicologi sociali lavorano a questo tema. L'obiettivo è quello di aumentare la consapevolezza riguardo la sostenibilità e andare a lavorare per modificare o far nascere atteggiamenti pro-ambientali, che dovrebbero poi portare a delle azioni. Da questo punto di vista, i modelli teorici che lavorano su questo tema, hanno a che fare con tre costrutti. Quindi lo psicologo sociale che ha l'obiettivo di promuovere un atteggiamento positivo verso tutto ciò che è sostenibilità, lavora con i seguenti temi/costrutti:

- **Accettabilità** → orientamento psicologico favorevole verso una determinata tecnologia energetica. Questa ha a che fare con l'atteggiamento quindi il comportamento, perché tiene insieme aspetti cognitivi, comportamentali e emotivi che si spostano da un negativo a un positivo. Quest
- **Accettazione** → pensare che quello strumento io posso utilizzarlo. Quindi si tratta di sviluppare un atteggiamento positivo. Si tratta di una tendenza verso una risposta comportamentale positiva nei confronti di una specifica tecnologia energetica. Questa, invece, ha a che fare con la teoria psicologica dell'intenzione sociale.
- **Adozione** → adozione di un comportamento che può diventare occasionale o abituale.

Questo è il modello che ci dice di come noi possiamo promuovere lo sviluppo sostenibile nelle persone e quindi comportamenti pro-sociali. Questo modello ricorda la teoria dell'azione ragionata o del comportamento pianificato.

Questo modello sottende tutti gli altri modelli psicologici sociali, quindi:

- **Teoria dell'attivazione della norma** (Schwartz, 1977) → io mi posso assicurare un cambiamento di un atteggiamento quando questo va a sollecitare il tema delle norme e dei valori delle persone, quindi quando le persone possono ricondurre il loro comportamento a valori e norme in cui credono.
- **Teoria del comportamento pianificato** (1991, 2005)
- **Il modello Value-Belief-Norm** (1998) → dice che è più probabile che le persone mettano in atto un comportamento pro-ambientale se questo è in linea con i loro valori, credenze e norme.
- **Il modello Motivazionale** (Davis, 1989) → importanza lavorare su motivazioni intrinseche.
- **La teoria delle rappresentazioni sociali** (1968) → bisogna lavorare sulle motivazioni sociali delle persone.



Lavorare su questi temi vuol dire *collaborare ed interfacciarsi con anche altri professionisti*. Alcuni modelli successivamente trovati sono il risultato dell'integrazione di più teorie: sono stati integrati con altri elementi riguardanti informazioni tecniche, istruzioni d'uso e possibilità di immaginare degli scenari possibili.

Il **Modello I-SETA** (*integrated sustainable energy technology acceptance*): riprende i modelli spiegati precedentemente, con una attenzione maggiore al fatto che in ciascuno dei passaggi c'è una sinergia tra lo psicologo e gli altri professionisti che ha l'intento di promuovere atteggiamenti, intenzioni e atteggiamenti.

Intervenire sulla psicologia della sostenibilità

Il consumo individuale e le scelte di stile di vita contribuiscono notevolmente al cambiamento climatico e, in quanto tale, la modifica del comportamento umano è essenziale per affrontare le sfide ambientali. Per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità e garantire uno spazio sicuro e salubre per l'umanità sulla Terra, sono necessari rapidi cambiamenti di comportamento a livello individuale e societario. Una **strategia di intervento efficace** per la promozione di un cambiamento comportamentale dovrebbe prevedere le seguenti fasi:

- selezione dei comportamenti rilevanti da modificare per migliorare la qualità ambientale.
- analisi dei fattori che causano tali comportamenti.
- applicazione di interventi mirati alla modifica dei comportamenti rilevanti e i loro antecedenti.
- valutazione sistematica degli effetti di questi interventi sui comportamenti stessi, sui loro antecedenti, sulla qualità ambientale e della vita umana.

Come promuovere la sostenibilità?

Nudging → «lo spingere gentilmente», ovvero far cambiare deliberatamente il contesto decisionale in modo da influenzare le decisioni delle persone in una direzione predeterminata, senza vietare alcuna opzione.

I **nudge** non cercano di cambiare il sistema di valori o di fornire informazioni alle persone, ma si concentrano piuttosto sul promuovere comportamenti e decisioni che sono vantaggiosi per la società e di solito anche nell'interesse a lungo termine dell'individuo singolo.