

Corso di Laurea in Scienze del Servizio Sociale
a.a. 2014/2015

Psicologia Sociale e di Comunità

Modulo di **PSICOLOGIA SOCIALE E DEI GRUPPI**

Alessio Nencini
alessio.nencini@univr.it

Gli Atteggiamenti

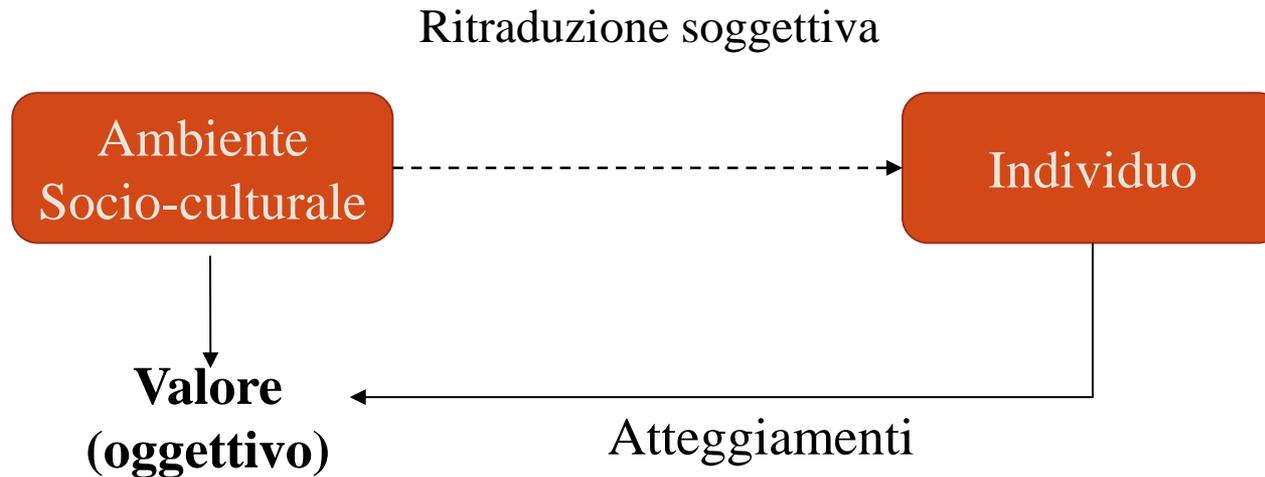
Origini e definizioni

Conoscenza e valutazione

- ▶ Interpretazione degli «oggetti» del mondo non solo attraverso elementi contestuali, ma anche e soprattutto in relazione a noi stessi.
- ▶ «conoscere» qualcosa significa situarla nelle pratiche d'uso che la rendono conoscibile

Scuola di Chicago

- ▶ Approccio interazionista: Mead, Thomas e Znaniecki
- ▶ Atteggiamento come «segno»: quella parte non visibile ed interiore del «gesto»



«Se gli uomini definiscono reali le situazioni, queste saranno reali nelle loro conseguenze»

(Thomas e Thomas, 1928)

Approccio cognitivo

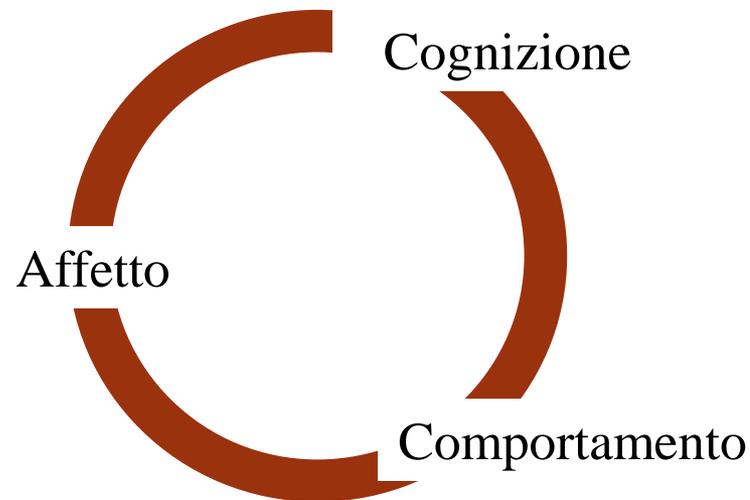
- ▶ Gordon Allport (1935): atteggiamento come forma valutativa di conoscenza
- ▶ «stato di prontezza mentale... che esercita un'influenza direttrice o dinamica sulle risposte che un individuo dà agli oggetti e situazioni con cui si relaziona»

«Siamo molto ben allenati e molto abili a trovare le ragioni per quello che facciamo, ma non siamo altrettanto bravi a fare ciò per cui troviamo le ragioni.»

(Abelson, 1972)

Modello tripartito (Rosenberg e Hovland, 1960)

- ▶ Atteggiamento composto da tre componenti:
 1. Cognitiva (conoscenza)
 2. Affettiva (emozioni)
 3. Comportamentale (tendenza all'agire)



«Misurazione» degli atteggiamenti

- ▶ Il problema della misurazione in psicologia sociale
 - ▶ Quantificazione di costrutti ipotetici
 - ▶ Misurazione come uso del linguaggio
 - ▶ Prevedibilità, affidabilità, validità
 - ▶ Desiderabilità sociale

«Misurazioni» esplicite degli atteggiamenti

- ▶ Thurstone (1928): *scala a intervalli soggettivamente uguali*
- ▶ Likert (1932): *scala a punteggi sommati* 
- ▶ Osgood, Suci e Tannenbaum (1957): *differenziale semantico* 

«Misurazioni» implicite degli atteggiamenti

- ▶ Fazio (1986; 1995): atteggiamento interviene maggiormente su processi di percezione e giudizio quando è più *accessibile* cognitivamente.
- ▶ Quindi metodi classici di rilevazione degli atteggiamenti richiedono elaborazioni intenzionali e controllate.
- ▶ Metodi per accedere alle valutazioni *immediate* riguardo un oggetto:
 - ▶ *Priming affettivo*
 - ▶ IAT (*Implicit Association Test*)

<https://implicit.harvard.edu/implicit/italy/>



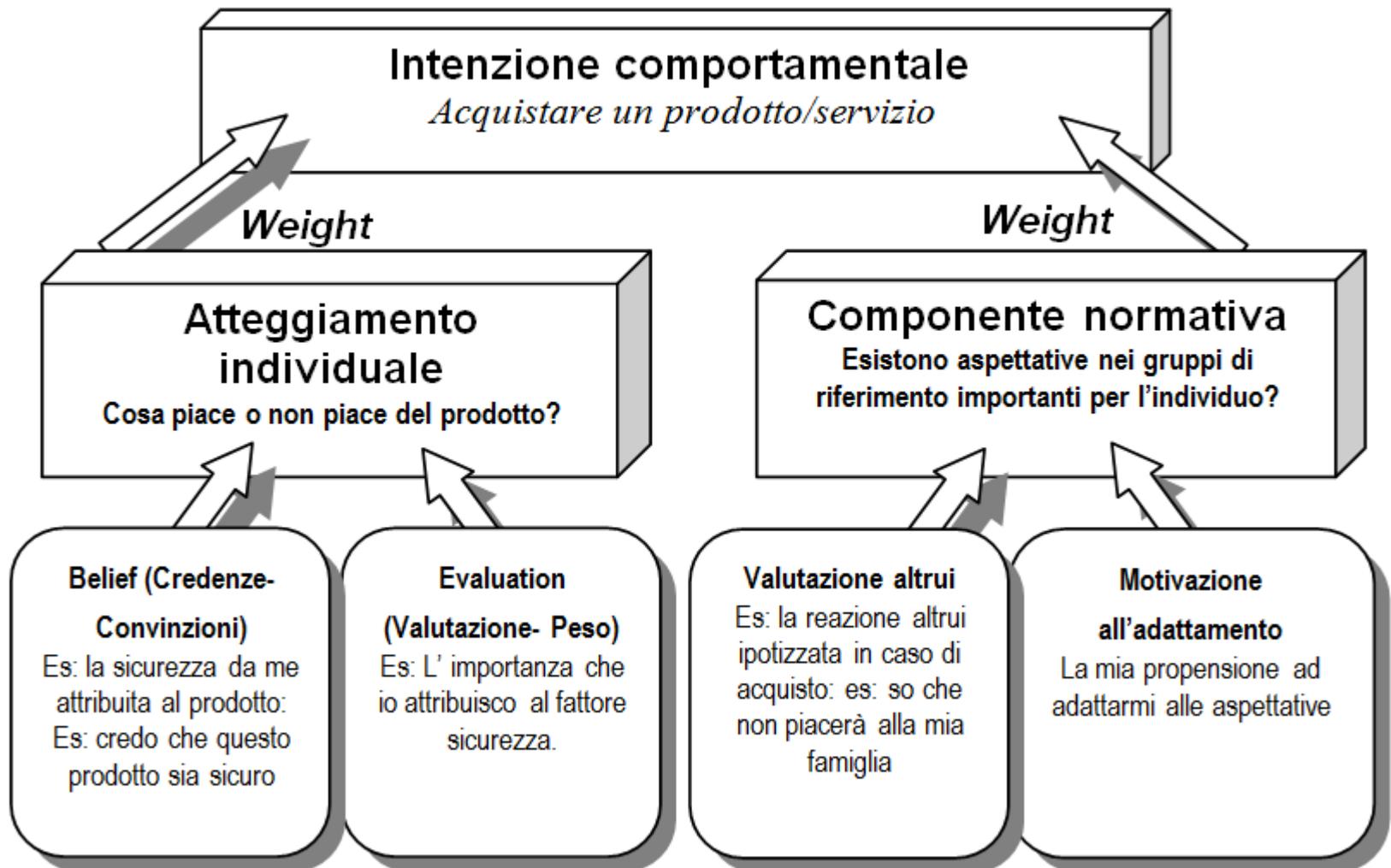
Atteggiamenti e Comportamenti

Quando gli atteggiamenti sono predittivi dei comportamenti?

La Teoria dell'Azione Ragionata

- ▶ Gli atteggiamenti in generale non predicano i comportamenti, ma se pertinenti ad una situazione specifica risultano essere degli ottimi predittori di comportamenti specifici (Fishbein & Ajzen, 1975).
- ▶ L'effettivo comportamento di una persona dipende da:
 1. L'atteggiamento
 2. Norme sociali
 3. *Percezione di controllo* (Teoria del Comportamento Pianificato; Ajzen e Madden, 1986)

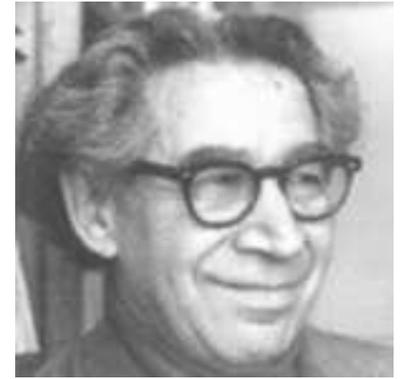
La Teoria dell'Azione Ragionata applicata alle intenzioni di acquisto



Atteggiamenti e Comportamenti

Quando i comportamenti influiscono sugli atteggiamenti?

La teoria della dissonanza cognitiva



- ▶ Leon Festinger
- ▶ Le persone tendono ad una coerenza di pensiero.
- ▶ Quando si viene a creare uno stato di incoerenza o *dissonanza* occorre una ristrutturazione cognitiva che ristabilisca l'equilibrio.
- ▶ La dissonanza è vissuta come uno stato psicologico spiacevole.
- ▶ Ricerca degli elementi a sostegno della propria scelta.



La teoria della dissonanza cognitiva

- ▶ Condizioni per la dissonanza:
 - **Pertinenza** tra le due *cognition*
 - **Discordanza** logica tra le due *cognition*
 - **Decisione** su base concreta



Dissonanza e incentivi

- ▶ **Accordo forzato**: sostenere comportamenti non coerenti con le proprie idee sotto la spinta di un incentivo positivo o negativo
- ▶ *Se non si può non agire*, tanto più **basso** sarà l'incentivo, tanto più **alta** sarà la dissonanza...
- ▶ ... e tanto **maggiore** sarà il cambiamento di atteggiamento rispetto alle credenze iniziali.

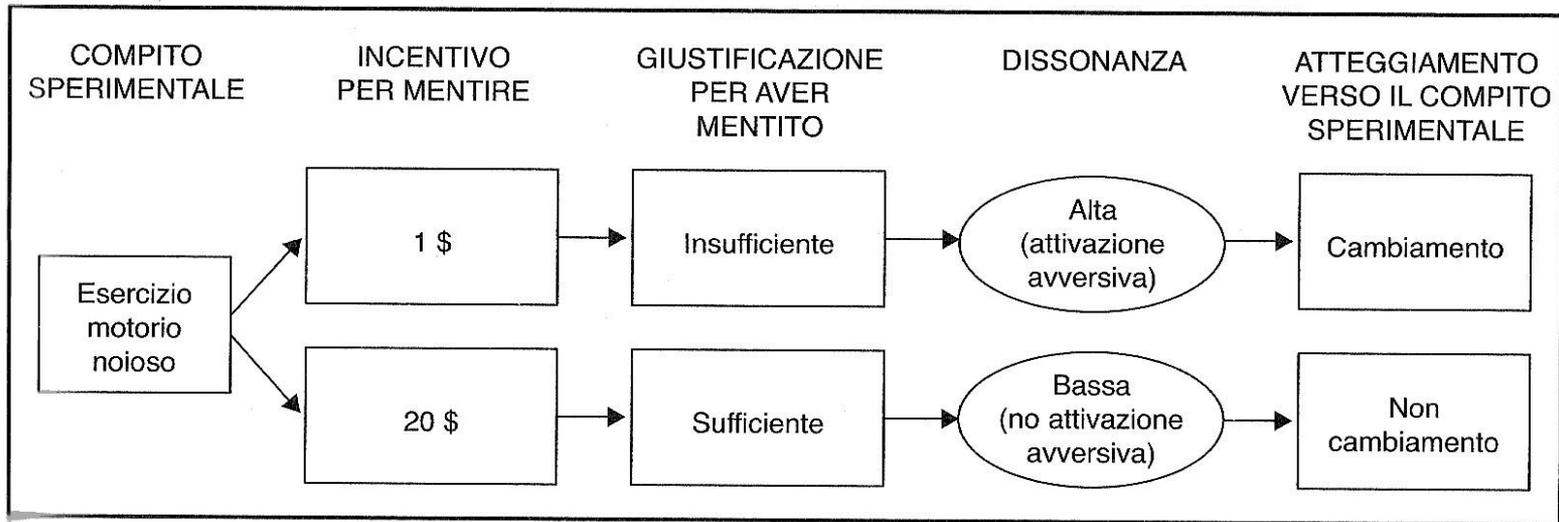
Cognitive consequences of forced compliance

Festinger, L.; Carlsmith, J. M. (1959). *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 58(2), 203-210.

- ▶ *Partecipanti*: 71 studenti universitari
- ▶ *Procedura*: Compiti noiosi e lunghi. Viene chiesto di convincere il successivo partecipante (collaboratore) che il compito è bello e divertente.
- ▶ *Condizioni sperimentali*:
 - » Alto incentivo = 20 \$ per “mentire”
 - » Basso incentivo = 1 \$ per “mentire”
- ▶ *Variabili dipendenti*:
 - » Atteggiamenti “reali” nei confronti dei compiti
 - » Comportamento convincente o meno

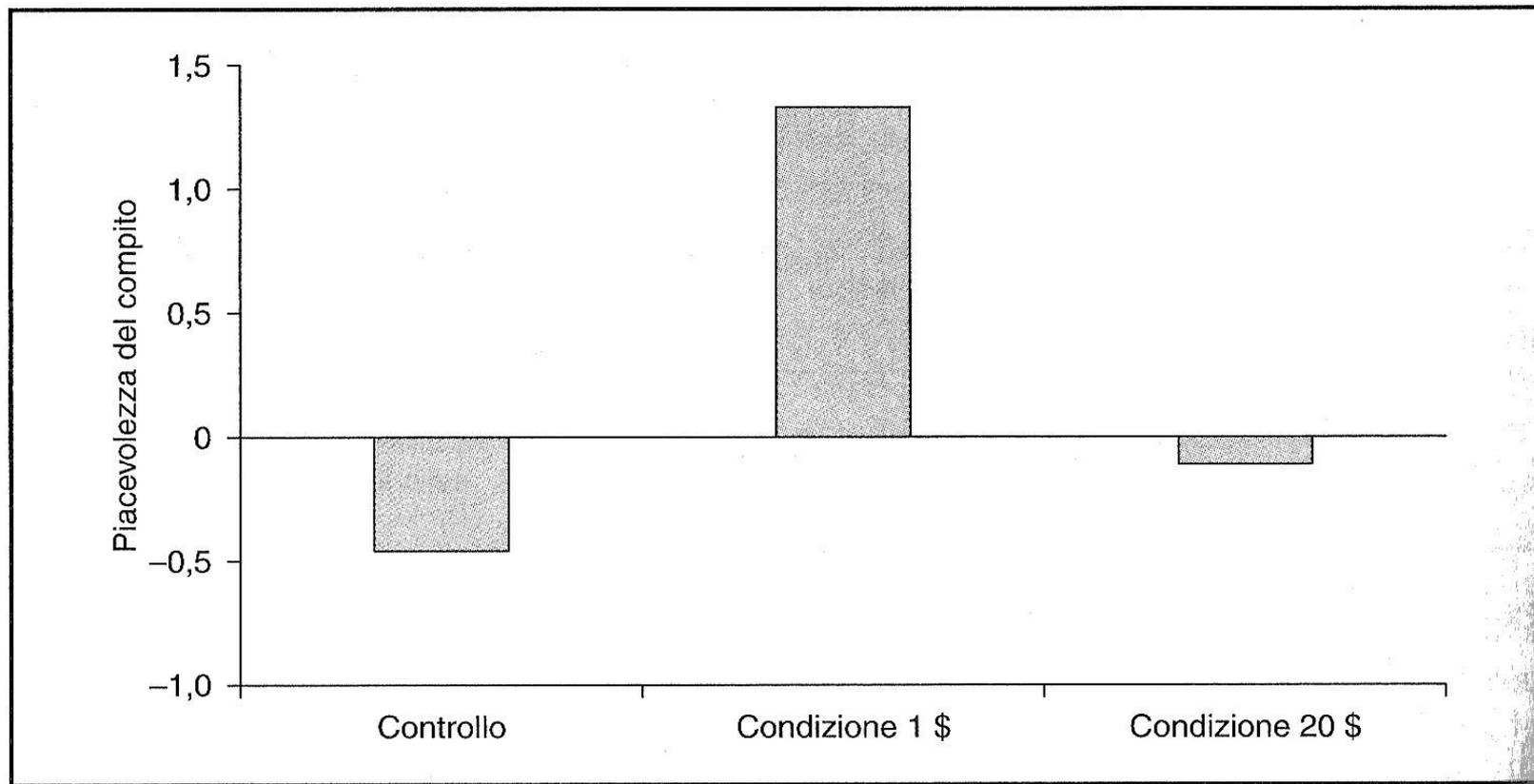
«20 dollari per una menzogna»

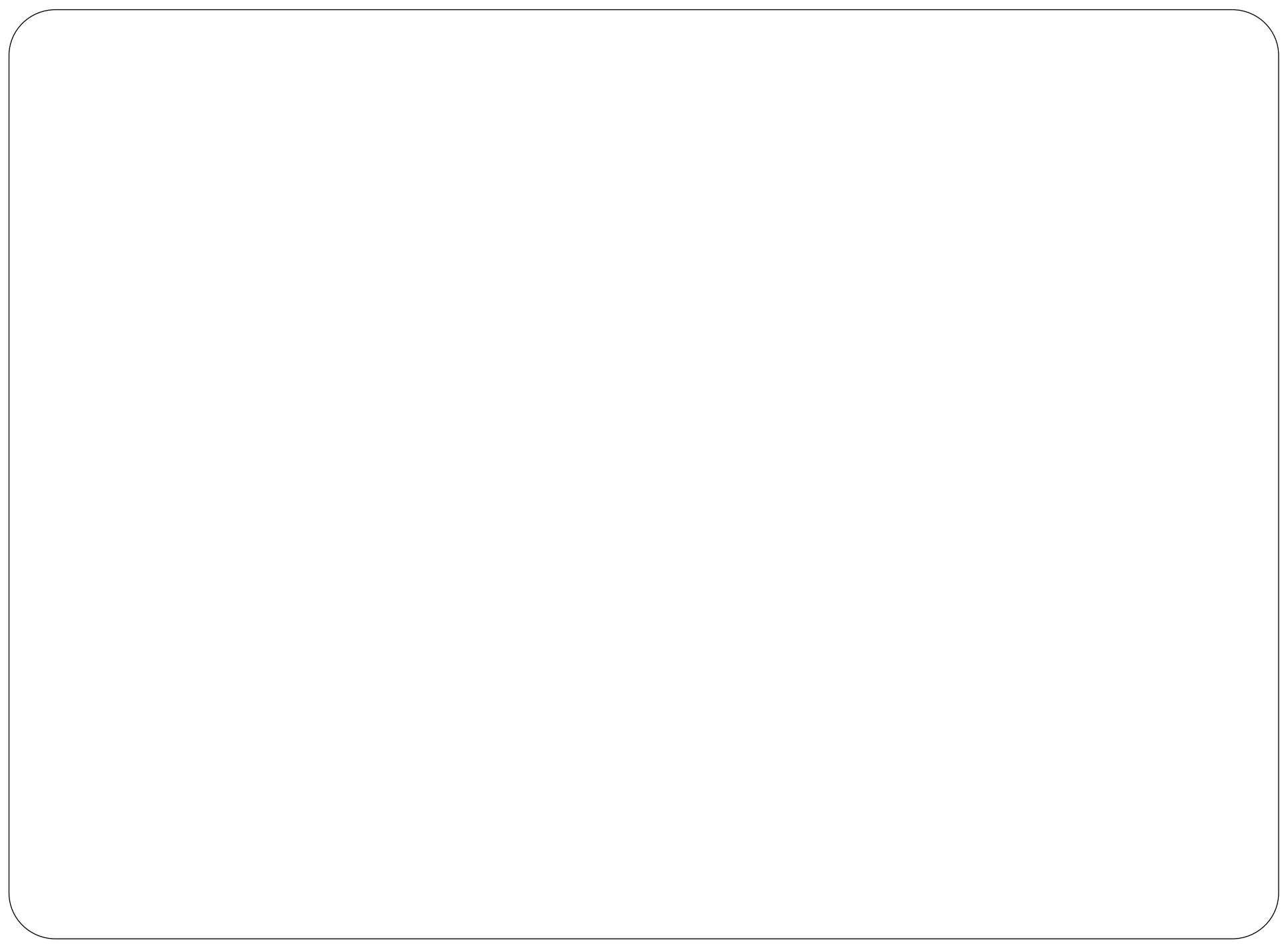
Ipotesi sperimentali



«20 dollari per una menzogna»

Risultati





Esempio di scala tipo «Likert»

Scala di Likert a 5 punti

Item	Molto D'accordo	D'accordo	Indeciso	Disaccordo	Per niente d'accordo
La birra artigianale non è migliore della industriale	<input type="checkbox"/>				
La produzione artigianale garantisce max qualità della birra	<input type="checkbox"/>				
Birra Industriale è meno salutare di quella artigianale	<input type="checkbox"/>				
La birra artigianale mi piace	<input type="checkbox"/>				



Esempio di differenziale semantico

