

Capitolo 2

Pensiero sociale

Argomenti

- Come elaboriamo le informazioni sociali
- Come nascono le nostre impressioni sugli altri
- Schemi e categorie sociali
- Tendenze sistematiche e scorciatoie mentali nell'inferenza sociale
- Come il pensiero interagisce con emozioni e sentimenti
- Come spiegare il comportamento nostro e degli altri
- Attribuzione delle cause del comportamento
- La natura delle tendenze sistematiche nell'attribuzione
- Attribuzioni relative a gruppi
- Rappresentazioni sociali

Modelli di cognizione sociale(cont.)

Teorie dominanti fino agli anni Sessanta:

Coerenza cognitiva: Modello di cognizione sociale secondo cui le persone cercano di ridurre l'incoerenza tra le proprie cognizioni, poiché la trovano spiacevole.

Modelli di cognizione sociale(cont.)

Dopo gli anni Sessanta prevalse il modello dello **scienziato ingenuo**.

Scienziato (o psicologo) ingenuo: Modello di cognizione sociale secondo cui le persone svolgono analisi causa-effetto razionali e di tipo scientifico per comprendere il proprio mondo.

Tale modello sta alla base delle **teorie attribuzionali** del comportamento sociale, che dominarono la psicologia sociale negli anni Settanta.

Teoria attribuzionale: Processo di individuazione di una causa alla base del nostro comportamento o di quello degli altri.

Modelli di cognizione sociale(cont.)

Alla fine degli anni Settanta si intuì che le persone non sono scienziati molto scrupolosi e prendono scorciatoie cognitive (R. Nisbett e L. Ross, 1980).

Economizzatore cognitivo: Modello di cognizione sociale secondo cui le persone utilizzano le cognizioni meno complesse e faticose in grado di produrre comportamenti generalmente adattativi.

Tattico motivato: Modello di cognizione sociale secondo cui le persone dispongono di molteplici strategie cognitive, che selezionano in funzione di obiettivi, motivi e necessità personali.

Modelli di cognizione sociale(cont.)

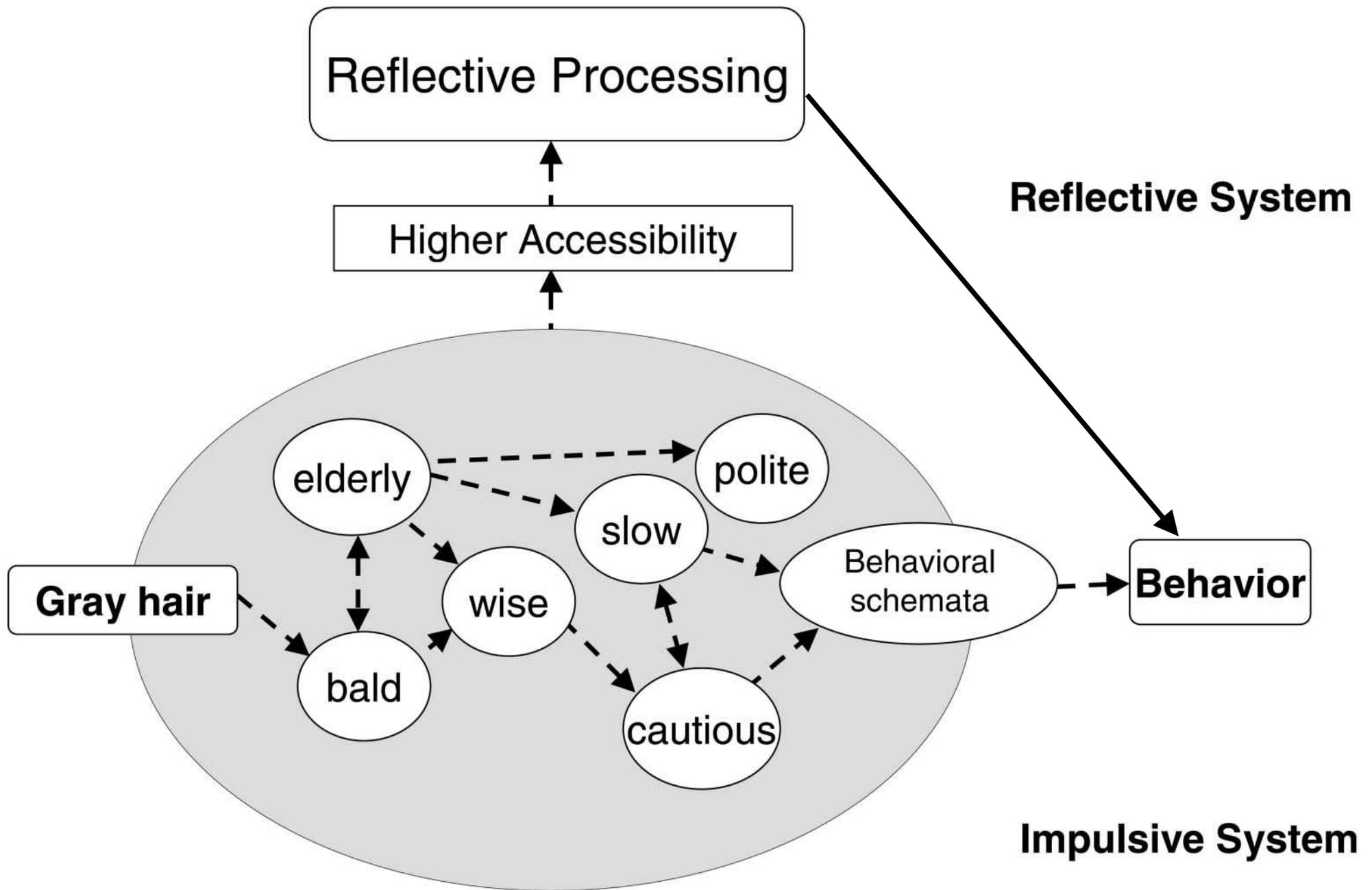
Il modello dei processi duali (Strack & Deutch, 2004)

Sistema impulsivo

- Pensiero veloce e incontrollato (processi automatici)

Sistema riflessivo

- Pensiero lento e controllato (processi intenzionali)



2.1.1 Quali impressioni sono importanti?

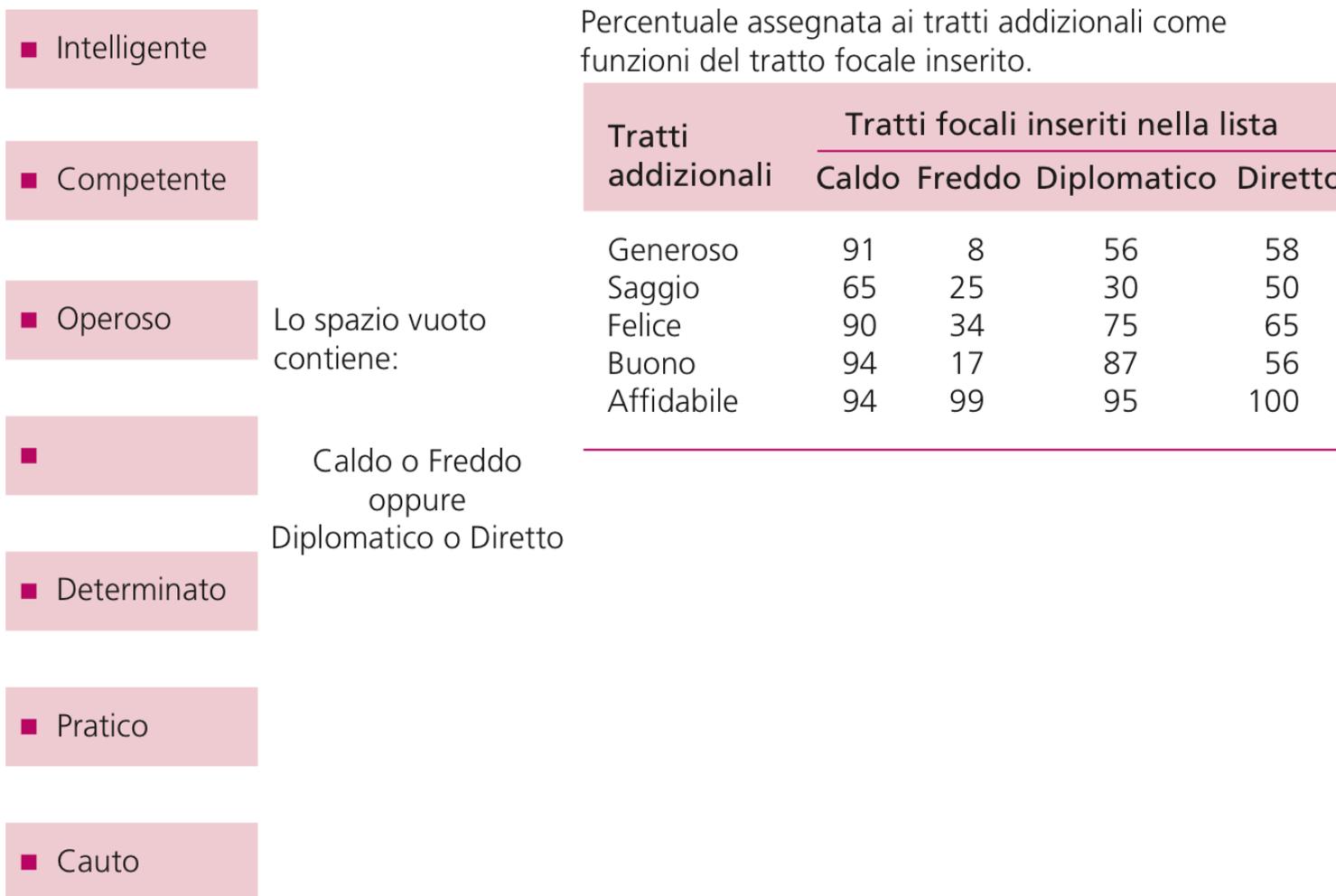
Controllo delle impressioni

S. Asch (1946) sosteneva che alcuni attributi siano fortemente correlati nelle nostre menti a un gran numero di attributi.

Tratti centrali: Nel modello configurazionale di Asch, tratti che hanno un'influenza sproporzionata sulla configurazione delle impressioni finali.

Tratti periferici: Nel modello configurazionale di Asch, tratti che hanno un'influenza poco significativa sulla configurazione delle impressioni finali.

Figura 2.1 Impressioni di un'ipotetica persona, basate su tratti centrali e periferici.



2.1.1 Quali impressioni sono importanti? (cont.)

G. Kelly (1955) ha suggerito che le persone abbiano convinzioni idiosincratiche e durature, definite dallo psicologo della personalità **costrutti personali**.

Costrutti personali: Modi personali e idiosincratici con cui si rappresentano gli altri.

D.Schneider (1973) suggerì che le persone possono anche formulare più **teorie implicite della personalità** integrate.

Teorie implicite della personalità: Modi personali e idiosincratici con cui si rappresentano gli altri e si spiega il loro comportamento.

2.1.1 Quali impressioni sono importanti? (cont.)

Le impressioni che si hanno su qualcuno sono inoltre influenzate dall'ordine in cui si ricevono informazioni al suo riguardo.

Effetto primacy: Ordine di presentazione in cui le informazioni comunicate per prime hanno un'influenza sproporzionata sulla cognizione sociale.

Effetto recency: Ordine di presentazione in cui le informazioni comunicate per ultime hanno un'influenza sproporzionata sulla cognizione sociale.

2.2.2 Categorie e stereotipi (cont.)

Categorizzazione e accentuazione

Categorizzazione: processo attraverso cui suddividiamo gli stimoli in classi o categorie, sulla base di similarità percepite. Ci aiuta a semplificare la realtà e ad organizzare la nostra conoscenza relativa al mondo sociale. La categorizzazione è un processo per lo più automatico; può produrre delle distorsioni cognitivo-percettive.

Principio di accentuazione: La categorizzazione accentua la percezione delle somiglianze all'interno dei gruppi e delle differenze tra i gruppi in merito ad aspetti che le persone credono correlati alla categorizzazione stessa. L'effetto è più forte quando la categorizzazione e/o l'aspetto hanno un'importanza, una pertinenza o un valore soggettivo.

2.2.2 Categorie e stereotipi (cont.)

Categorizzazione e accentuazione

L'esperimento di Tajfel & Wilkes (1963)

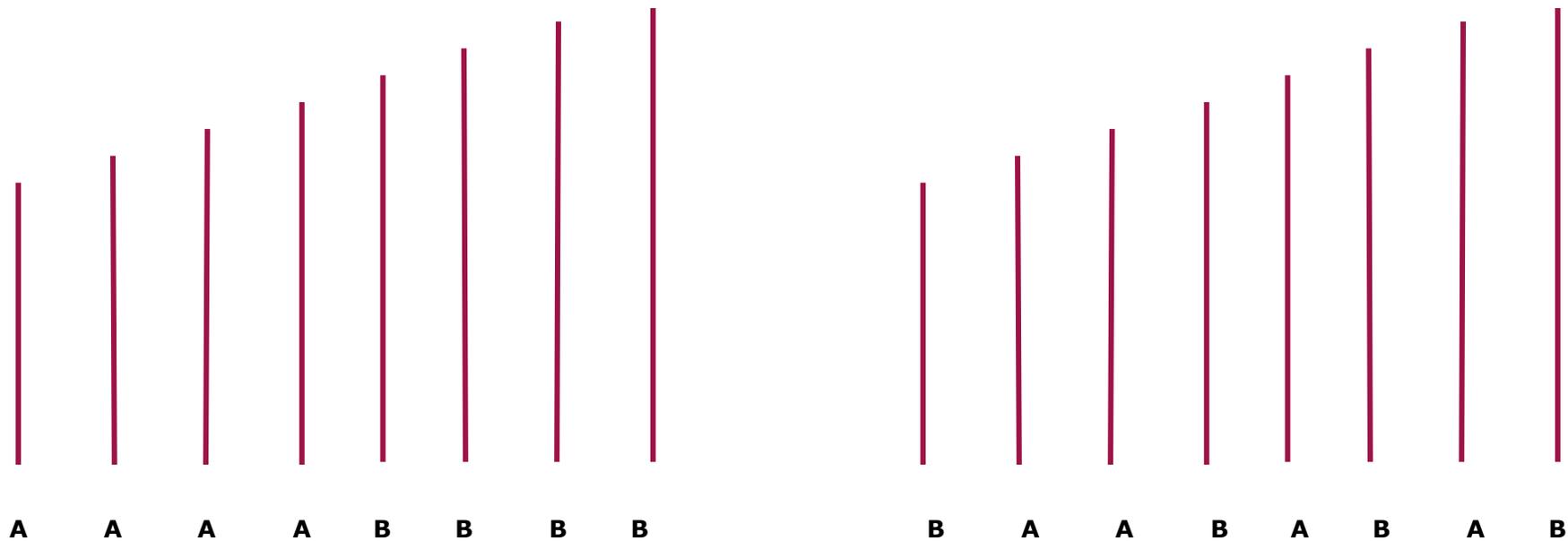
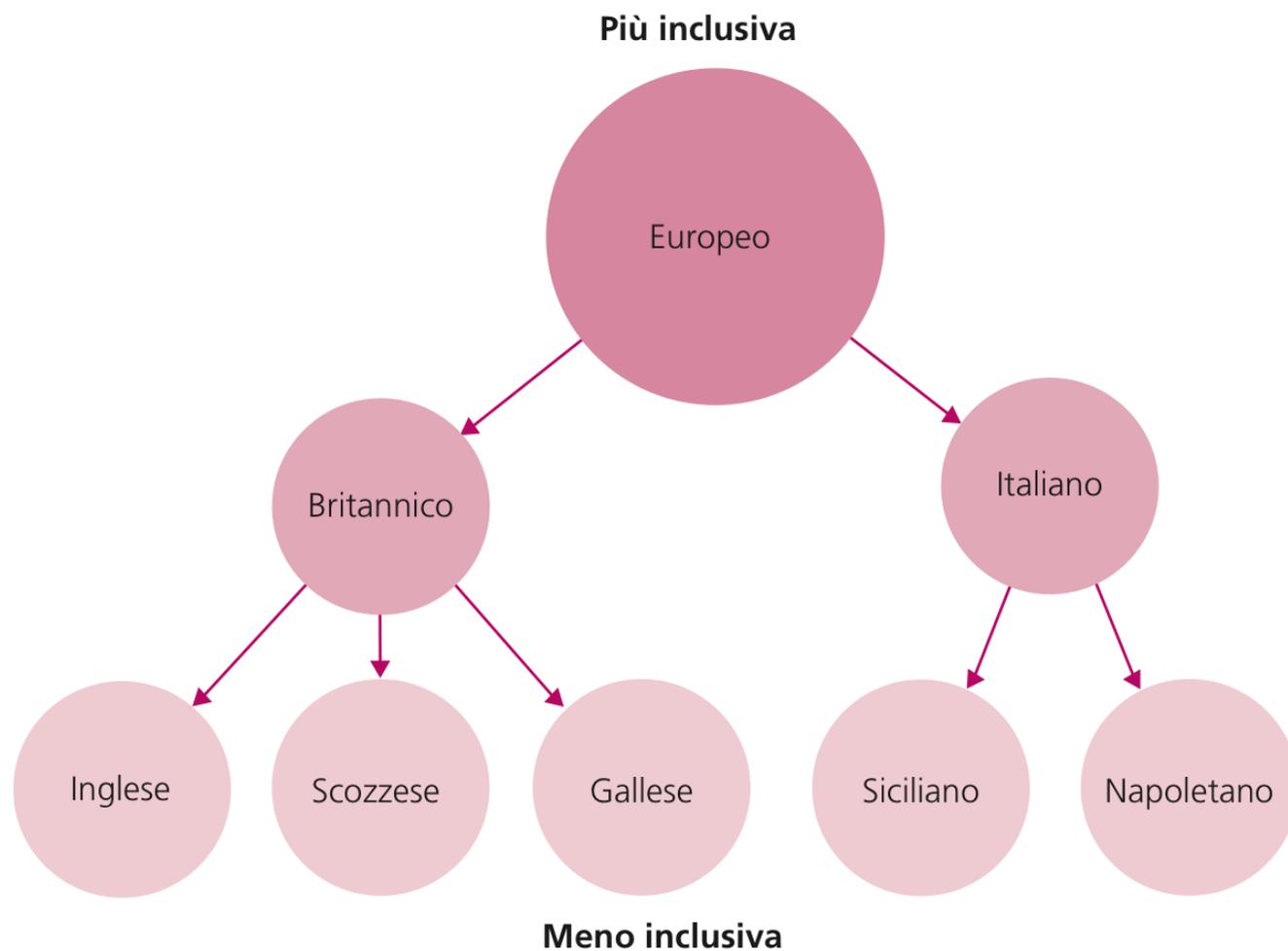


Figura 2.2 Categorie organizzate per livello di inclusione.



2.2 Schemi e categorie

- Le categorie che usiamo fungono da base per gli stereotipi.

Schema: Struttura cognitiva che rappresenta la conoscenza di un concetto o di un tipo di stimolo, inclusi i suoi attributi e le loro relazioni. Insieme di cognizioni interconnesse (es., tratti, valutazioni) che ci permette di comprendere rapidamente una persona, luogo o evento sulla base di informazioni limitate. Lo schema, una volta attivato fornisce una ricca gamma di percezioni, interpretazioni e aspettative.

2.2 Schemi e categorie

Si distinguono diversi tipi di schema:

- *Schemi di persona*
- *Schemi relativi a gruppi sociali (stereotipi)*
- *Script*
- *Schemi di sé*
- *Schemi senza contenuto*

2.2.2 Categorie e stereotipi

Come si attivano gli schemi? In genere, usiamo schemi che ...

- Attirano la nostra attenzione (salienza)
- Sono stati usati in precedenza (accessibilità)

Salienza: Proprietà che distingue uno stimolo dagli altri e gli permette di attirare l'attenzione.

Accessibilità: Facilità nel richiamare categorie o schemi che abbiamo già in mente.

2.2.2 Categorie e stereotipi



2.2.2 Categorie e stereotipi

Stereotipi e ricordo

L'esperimento di Cohen (1981)

I partecipanti vedevano un video raffigurante una donna.

A metà di loro si diceva che la donna era una *bibliotecaria*.

All'altra metà si diceva invece che la donna era una *cameriera*.

Nel video, metà dei comportamenti era coerente con lo stereotipo della bibliotecaria (indossava occhiali e ascoltava musica classica); l'altra metà era incoerente con lo stereotipo della bibliotecaria, ma coerente con quello della cameriera (beveva birra ed era espansiva).

2.2.2 Categorie e stereotipi

Stereotipi e ricordo

L'esperimento di Cohen (1981)

Dopo la visione del video veniva effettuata una prova di ricordo.

Risultati. I partecipanti ricordavano in misura maggiore le informazioni coerenti con lo stereotipo relativo alla professione che era stata loro comunicata. In altre parole, coloro che credevano che la donna fosse una bibliotecaria ricordavano di più i comportamenti coerenti con l'immagine delle bibliotecarie (ad es., indossava gli occhiali), mentre coloro che credevano che la donna fosse una cameriera, ricordavano di più i comportamenti coerenti con lo stereotipo delle cameriere (ad es., beveva birra).

L'attivazione automatica di schemi relativi alle categorie sociali, dunque, influenza il nostro ricordo relativo agli altri.

2.2.2 Categorie e stereotipi

Stereotipi e interpretazione

A volte gli schemi possono farci incorrere in errori...



Guardian TV Ad Newspapers Point Of View Skinhead.wmv

2.2.2 Categorie e stereotipi

Stereotipi e comportamento

L'esperimento di Bargh, Chen, e Burrows (1996)

- **Scrambled sentence task:** compito in cui i partecipanti ricevono insiemi di 5 parole; ad es: "sole" "capelli" "ha" "i" "grigi". Si deve creare una frase di senso compiuto formata da 4 parole (ha i capelli grigi)
- Manipolazione sperimentale: priming stereotipico della categoria anziani (ad es., grigio, bingo, rughe) vs priming neutro
- **Priming:** Attivazione nella memoria di categorie o schemi accessibili, che influenzano il modo in cui elaboriamo nuove informazioni.
- Si misurava la velocità della camminata

Risultati. I partecipanti nella condizione prime stereotipico camminavano più lentamente dei partecipanti nella condizione prime neutro.

2.2.2 Categorie e stereotipi

- In che modo l'attivazione automatica degli schemi può influenzare l'attività dell'educatore?
- L'attivazione degli stereotipi è inevitabile? Ad es., se incontriamo una persona con la pelle scura, si attiverà necessariamente il corrispondente stereotipo etnico (ad es., marocchino? Quali fattori possono ostacolare l'attivazione degli stereotipi?
- Una volta attivato, è possibile annullare gli effetti di uno stereotipo? Quali strategie possiamo usare?

2.2.2 Categorie e stereotipi

L'attivazione degli stereotipi è inevitabile?

- L'attivazione dipende dalle motivazioni (Moskovitz et al., 1999)



C'è un puntino o no?



Essere vivente o oggetto?

In un compito di decisione lessicale i partecipanti che avevano elaborato semanticamente le foto riconoscevano più velocemente le parole che indicavano tratti tipici dello stereotipo femminile, rispetto a parole che non appartenevano allo stereotipo delle donne. Questa differenza non si osservava, invece, per quei partecipanti che avevano il compito di indicare se c'era il puntino o no.

2.2.2 Categorie e stereotipi

L'attivazione degli stereotipi è inevitabile?

- ... e dagli scopi (Macrae et al., 1997)

I partecipanti vedevano foto di donne. Ciascuna foto era seguita da una parola stereotipica o irrilevante. I partecipanti che avevano una bassa motivazione ad essere egualitari pronunciavano più velocemente i tratti stereotipici che i tratti irrilevanti, mentre i partecipanti che avevano un'elevata motivazione rispondevano in modo ugualmente veloce ai due tipi di parole.

2.2.2 Categorie e stereotipi

Annulare gli effetti di uno stereotipo

Le persone possono esercitare un controllo sulla scelta delle loro risposte, ammesso che:

- Siano consapevoli
- Abbiano sufficienti risorse cognitive
- Siano sufficientemente motivate

2.2.2 Categorie e stereotipi

Annulare gli effetti di uno stereotipo

- Aumentare la motivazione

Secondo il modello del *continuum della formazione delle impressioni* (Fiske & Neuberg, 1990) le percezioni che abbiamo degli altri ricadono all'interno di un continuum:



2.2.2 Categorie e stereotipi

Annullare gli effetti di uno stereotipo

- Aumentare la motivazione
 - Dipendere dall'altro per il raggiungimento dei nostri obiettivi
 - Sentirsi responsabili (dover giustificare le proprie valutazioni)
 - Essere incoraggiati all'accuratezza

2.2.2 Categorie e stereotipi

Annulare gli effetti di uno stereotipo

- Aumentare la consapevolezza

Monteith (1993) ha trovato che le persone motivate a non esprimere pregiudizio giudicavano negativamente barzellette e battute sui gay, ma solo se in una fase precedente venivano resi consapevoli di aver agito (senza rendersene conto) in modo pregiudizievole.

2.2.2 Categorie e stereotipi

Annulare gli effetti di uno stereotipo

- Sopprimere gli stereotipi

Quando cerchiamo di sopprimere un pensiero, si mettono in moto due processi (Wegner 1994):

- Processo operativo intenzionale (controllato)
- Processo ironico di monitoraggio (automatico)

Effetto rimbalzo

2.2.3 Come usiamo e acquisiamo gli schemi (cont.)

Acquisizione degli schemi

- Da dove derivano gli schemi?

→ Acquisiamo o modifichiamo i nostri schemi attraverso gli incontri (diretti o tramite media diversi) con istanze che si inseriscono nella categoria (principio di contiguità fisica e/o temporale).

Cambio degli schemi

1. per *registrazione*: gli schemi cambiano di fronte all'accumulo di prove
2. per *conversione*: gli schemi cambiano all'improvviso dopo che si è accumulata una massa critica di prove discordanti
3. per *formazione di sottotipi*: per rimediare alla presenza di prove discordanti gli schemi possono formare una nuova sottocategoria.

2.4 Inferenza sociale

L' **inferenza sociale** è un processo mediante il quale da un insieme di proposizioni (premesse), si giunge ad un'altra proposizione (conclusione). Consta di tre elementi: premesse, conclusione, principi che consentono il passaggio dalle premesse alla conclusione.

Processo bottom-up: L'informazione è elaborata sinteticamente a partire da singoli specifici dati (inferenza induttiva). Ad es. "Marco ha offerto dei soldi in favore dei terremotati" → "Marco è generoso"

Processo top-down: L'informazione è elaborata analiticamente a partire da costrutti psicologici o teorie (inferenza deduttiva). "Marco è generoso" → "Marco offrirebbe dei soldi in favore dei terremotati"

2.4.1 Correlazione illusoria

Correlazione illusoria: Esagerazione cognitiva della frequenza con cui si manifestano contemporaneamente due stimoli o eventi, o percezione di una co-occorrenza inesistente.

Loren Chapman (1967) osservò che una **correlazione illusoria** può giustificare una credenza persino nella magia.

- Dimostrò come questa tendenza sistematica possa interferire nel nostro modo di fare associazioni verbali.
- Concluse che ci sono due basi per la correlazione illusoria: *significato associativo* e *differenziazione condivisa*.

2.4.1 Correlazione illusoria

Nella vita reale gli eventi negativi sono distintivi, in quanto considerati più rari di quelli positivi e i gruppi minoritari sono distintivi perché le persone hanno pochi contatti con loro. Si verificherà così una correlazione illusoria basata sulla distintività.

2.4.2 Scorciatoie inferenziali

Euristiche cognitive

Euristiche: Scorciatoie cognitive che, nella maggior parte dei casi, forniscono alla maggioranza delle persone la capacità di produrre inferenze sufficientemente accurate. Tversky e Kahneman sono i due principali studiosi delle euristiche di pensiero.

Euristica della rappresentatività: Scorciatoia cognitiva grazie alla quale gli esemplari vengono assegnati a categorie o tipi sulla base della somiglianza complessiva che essi presentano nei confronti della categoria.



2.4.2 Scorciatoie inferenziali (cont.)

Euristiche cognitive (cont.)

Euristica della disponibilità: Scorciatoia cognitiva in cui la frequenza o la probabilità del verificarsi di un evento si basano sulla velocità con cui vengono alla mente esemplari o associazioni.

Ancoraggio e accomodamento: Scorciatoia cognitiva in cui le inferenze sono collegate a modelli iniziali o a schemi.

2.5 Alla ricerca delle cause del comportamento

2.5.1 Come attribuiamo la causalità e perché è importante?

Persone come psicologi ingenui

F. Heider (1958) propose una distinzione tra *fattori individuali* e *ambientali*.

- Fattori individuali → esempi di **attribuzione interna** (o **disposizionale**)
- Fattori ambientali → esempi di **attribuzione esterna** (o **situazionale**)

Attribuzione interna (o disposizionale): Processo di assegnazione delle cause del comportamento, nostro o altrui, a fattori interni o disposizionali.

Attribuzione esterna (o situazionale): Assegnazione delle cause del comportamento, nostro o altrui, a fattori esterni o ambientali.

2.5.1 Come attribuiamo la causalità e perché è importante? (cont.)

Persone come comuni scienziati

- Le persone si interrogano: il comportamento di un individuo è causato dalla disposizione interna a comportarsi in quel modo (personalità) o da fattori situazionali esterni?

Modello della covarianza: Teoria di H. Kelley (1967)
dell'attribuzione causale: le persone assegnano la causa del comportamento al fattore che covaria più sistematicamente con il comportamento.

2.5.2 Attribuzione causale in azione

Autopercezione

Teoria dell'autopercezione: Teoria di Bem secondo cui aumentiamo la conoscenza di noi stessi solo facendo autoattribuzioni: per esempio, inferiamo i nostri atteggiamenti dal nostro comportamento.

Come spieghiamo le nostre emozioni

Le nostre emozioni sono costituite da due componenti distinte:

- *attivazione* fisiologica
- *cognizioni* che usiamo per etichettare tale stato di attivazione come emozione, come paura o agitazione.

Figura 2.5 Processo di attribuzione di una causa probabile a un'emozione indotta per via sperimentale.



2.5.2 Attribuzione causale in azione (cont.)

Stili di attribuzione

Stile attribuzionale: Predisposizione individuale (personalità) alla base di un certo tipo di attribuzione causale del comportamento.

Distinzione tra *interni* ed *esterni* (J. Rotter, 1966):

Interni → Tendono a fare attribuzioni interne (le cose accadono perché le facciamo accadere)

Esterni → Tendono a fare attribuzioni interne (le cose accadono per caso, fortuna, oppure agenti esterni)

2.6 Tendenze sistematiche nell'attribuzione delle motivazioni

2.6.1 Dagli atti alle disposizioni: l'errore fondamentale di attribuzione

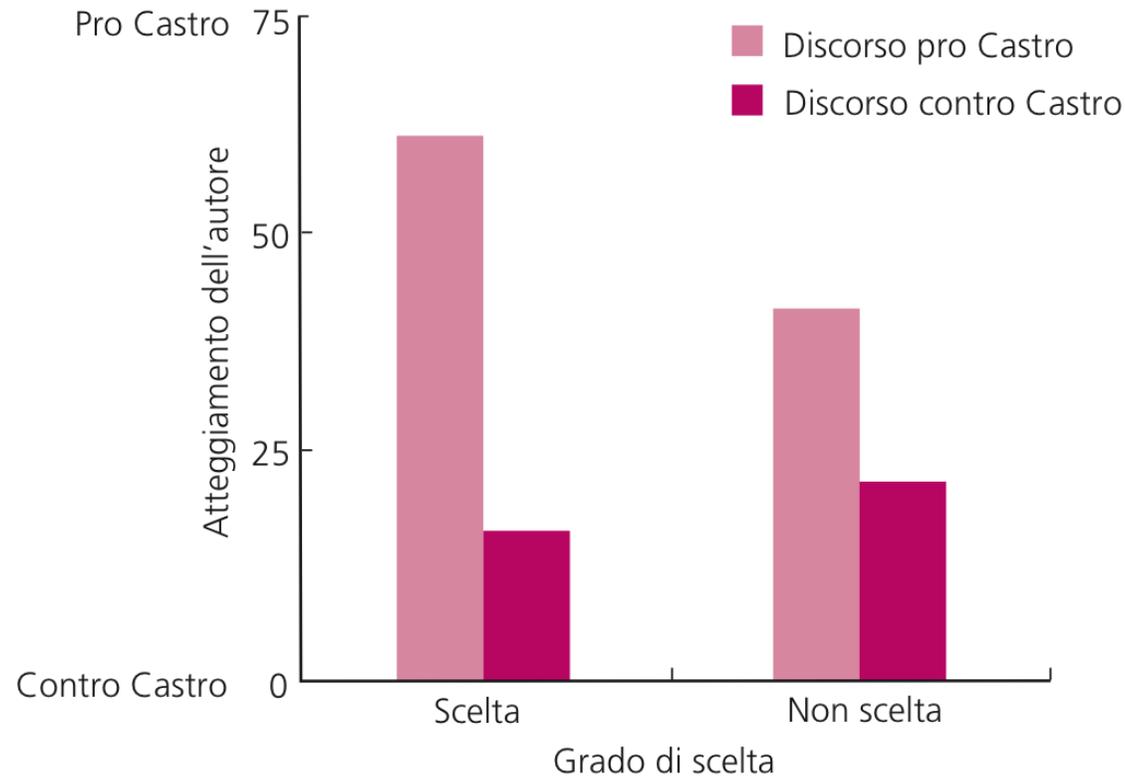
Inferenza corrispondente: Attribuzione del comportamento a disposizioni di fondo (Jones e Davis, 1965; Jones & McGillis, 1976).

• Per l'inferenza corrispondente l'azione socialmente indesiderabile è lo strumento diagnostico di base più affidabile, poiché è il frutto dell'infrazione di una norma sociale.

Errore fondamentale di attribuzione

Errore fondamentale di attribuzione: Tendenza sistematica attribuzionale generale, che porta le persone a considerare in modo eccessivo il comportamento come il prodotto di stabili caratteristiche di base della personalità.

Figura 2.6 Errore fondamentale di attribuzione: attribuzione di atteggiamenti in assenza della libertà di scelta (Jones & Harris, 1967).



2.6.1 Dagli atti alle disposizioni: l'errore fondamentale di attribuzione (cont.)

- Nick Haslam ha evidenziato che, in alcune situazioni, l'errore fondamentale di attribuzione può assumere una forma estrema definita **essenzialismo**.

Essenzialismo: Tendenza pervasiva a ritenere che il comportamento rifletta caratteristiche di fondo e immutabili, spesso innate, delle persone o dei gruppi a cui appartengono.

- L'*essenzialismo* è problematico soprattutto quando porta le persone ad attribuire gli stereotipi negativi riguardanti un outgroup a qualità essenziali e immutabili della personalità dei suoi membri.

2.6.2 Effetto attore-osservatore

Effetto attore-osservatore: Tendenza ad attribuire i propri comportamenti a cause esterne e i comportamenti degli altri a cause interne.

Cause: *Centro dell'attenzione:* quando gli altri sono al centro dell'attenzione li giudichiamo indipendentemente dal contesto.

Asimmetria dell'informazione: abbiamo una conoscenza maggiore del nostro comportamento e quindi sappiamo che è influenzato da fattori situazionali, dato che ci comportiamo in modi differenti a seconda del contesto.

2.6.3 Falso consenso

Effetto del falso consenso: Tendenza a considerare il proprio comportamento più diffuso di quanto effettivamente sia.

- Cause:
- di solito cerchiamo persone che siano simili a noi
 - le nostre opinioni per noi sono così salienti da farci trascurare la possibilità di opinioni alternative
 - siamo motivati a basare le nostre opinioni e azioni sul consenso percepito per avvalorarle e costruire per noi stessi un mondo dotato di stabilità

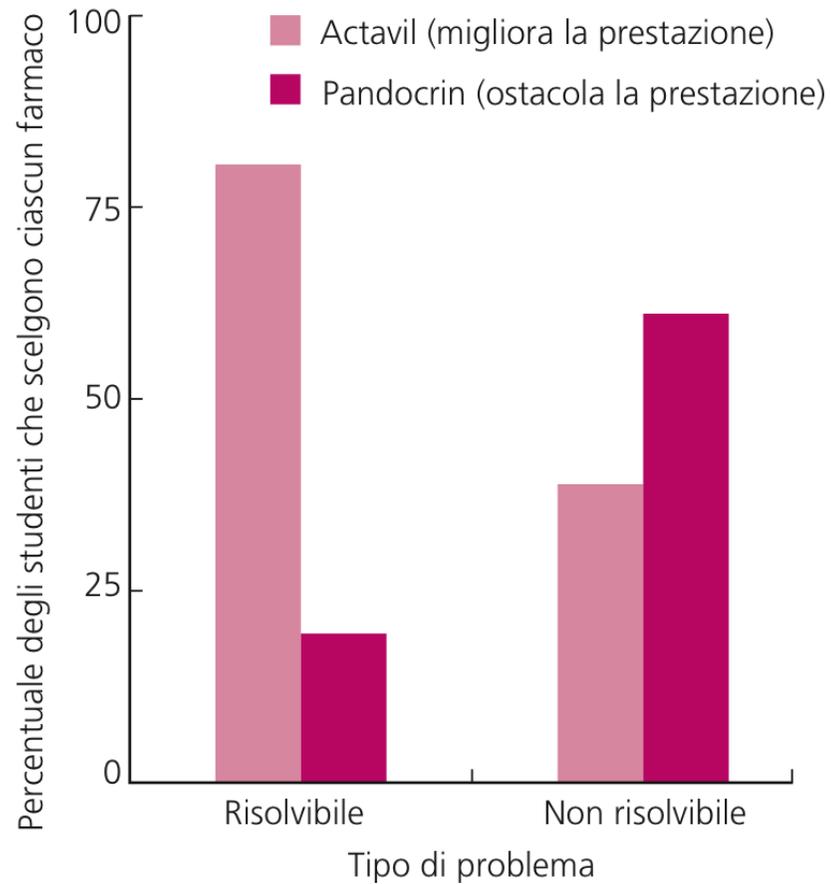
2.6.4 Tendenze sistematiche a vantaggio del sé

Tendenze sistematiche a vantaggio del sé: Distorsioni attribuzionali che proteggono o migliorano l'autostima o il concetto di sé.

Strategie autolesive: Attribuzioni a fattori esterni espresse pubblicamente in maniera anticipata a proposito di un proprio fallimento o di una scarsa prestazione in un evento imminente.

Le persone usano questa tendenza sistematica quando prevedono di fallire.

Figura 2.7 Strategia autolesiva: la scelta del farmaco dipende dalla risolvibilità di un problema (Berglass e Jones, 1978).



2.6.4 Tendenze sistematiche a vantaggio del sé (cont.)

Credenza in un mondo giusto: Credenza secondo cui il mondo è un luogo giusto e prevedibile dove le cose positive capitano alle “persone buone” e le cose negative alle “persone cattive”.

Illusione di controllo: Credenza secondo cui abbiamo più controllo sul nostro mondo di quanto sia vero.

Questo modello di attribuzione fa apparire il mondo un luogo controllabile e sicuro nel quale ci creiamo in modo autonomo il nostro destino.

2.7 Come spieghiamo il nostro mondo sociale

2.7.1 Attribuzione intergruppo

Errore ultimo di attribuzione: Tendenza ad attribuire a fattori interni i comportamenti negativi di un outgroup e quelli positivi di un ingroup e ad attribuire a fattori esterni i comportamenti positivi di un outgroup e quelli negativi di un ingroup.

Attribuzioni intergruppo: Processo di assegnazione della causa del comportamento proprio o altrui all'appartenenza a un gruppo.

- Le attribuzioni intergruppo sono etnocentriche: i nostri giudizi sono sbilanciati in favore del gruppo a cui apparteniamo.

Ideologia: Insieme di credenze sistematicamente correlate che ha come funzione primaria la spiegazione. Circoscrive il pensiero, rendendo difficile uscire dai confini che la delimitano.

2.7.2 Rappresentazioni sociali

Rappresentazioni sociali: Spiegazioni elaborate collettivamente a proposito di fenomeni poco familiari e complessi, tali da renderli familiari e di semplice comprensione.

- Le spiegazioni che vengono quotidianamente fornite a proposito dell'evoluzione, dell'effetto serra, dell'economia, della globalizzazione, delle diete e della salute sono esempi di **rappresentazioni sociali**.
- Questo vale anche per determinati gruppi sociali, ad esempio:
 - i musulmani
 - gli americani
 - i ricchi