

Capitolo 3

Cognizione sociale

Argomenti

- Come elaboriamo le informazioni sociali
- Schemi e categorie sociali
- Tendenze sistematiche e scorciatoie mentali

Come si formano le nostre impressioni sugli altri?

Nel suo modello configurazionale, Asch (1946) sosteneva che alcuni attributi siano fortemente correlati nelle nostre menti a un gran numero di altri attributi.

Tratti centrali: tratti che hanno un'influenza sproporzionata sulla configurazione delle impressioni finali.

Tratti periferici: tratti che hanno un'influenza poco significativa sulla configurazione delle impressioni finali.

Figura 1. La ricerca di Asch (1946) sulla formazione delle impressioni.

■ Intelligente	
■ Competente	
■ Operoso	Lo spazio vuoto contiene:
■	Caldo o Freddo oppure Diplomatico o Diretto
■ Determinato	
■ Pratico	
■ Cauto	

Percentuale assegnata ai tratti aggiuntivi come funzioni del tratto focale inserito.

Tratti aggiuntivi	Tratti focali inseriti nella lista			
	Caldo	Freddo	Diplomatico	Diretto
Generoso	91	8	56	58
Saggio	65	25	30	50
Felice	90	34	75	65
Buono	94	17	87	56
Affidabile	94	99	95	100

Come si formano le nostre impressioni sugli altri?

Ma come facciamo a stabilire quali tratti sono centrali?

La ricerca più recente (Fiske, Cuddy, Glick & Xu, 2002) sostiene che esistano due dimensioni centrali della percezione sociale.

Calore: tutti quegli aspetti di una persona che rispecchiano amichevolezza, socievolezza, sincerità, buone intenzioni, fiducia.

Competenza: attributi di intelligenza, abilità, capacità, creatività, efficacia.

Quando entriamo in contatto con una persona sconosciuta, ci poniamo due domande fondamentali: è un amico o un nemico? (calore); è in grado mettere in atto le sue intenzioni? (competenza)

Come si formano le nostre impressioni sugli altri?

		calore	
		si	no
competenza	si	simpatia e rispetto	antipatia e rispetto
	no	simpatia e mancanza di rispetto	antipatia e mancanza di rispetto

Come si formano le nostre impressioni sugli altri?

Il calore sembra giocare un ruolo più centrale.

- gli osservatori interpretano il comportamento altrui più nei termini di calore che di competenza (Wojciszke, 1994)
- il calore è più importante quando si valuta il comportamento degli altri (Abele & Wojciszke, 2007)
- le persone percepiscono il calore di qualcuno più rapidamente rispetto alla competenza (Willis & Todorov, 2006).

Questa centralità del calore rispetto alla competenza è **funzionale**: in un ottica evolucionistica, comprendere se l'altro ha buone o cattive intenzioni è prioritario.

Per un approfondimento: Durante, F. (2014). Percepire gli Altri: Il Ruolo Fondamentale di Calore e Competenza. *In-Mind Italia*, 6. <http://it.in-mind.org/>

Come si formano le nostre impressioni sugli altri?

Le impressioni che si hanno su qualcuno sono 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 sul giudizio.

Impressione più positiva quando una persona è descritta come: intelligente, operosa, impulsiva, critica, invidiosa e ostinata, rispetto a quando l'ordine dei tratti è invertito (Asch, 1946).

L'aspetto fisico può avere un effetto primacy.

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

Inoltre, la formazione delle impressioni è influenzata dalla **valenza**: le informazioni negative hanno un valore distintivo.

Categorie e stereotipi

“La categorizzazione è il processo di comprensione di qualcosa sapendo a quali altre cose è equivalente e rispetto a quali altre cose è differente”
(McGarty, 1999, p. 1).

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.

Categorie e stereotipi

Le categorie non sono delimitate in modo fisso da una lista di attributi.

Non è un insieme definito di attributi a determinare l'appartenenza ad una categoria, ma sono piuttosto gli appartenenti ad essere più o meno tipici di una categoria.

Prototipo: il membro più tipico di una categoria.

Esemplari: istanze specifiche rappresentate dai membri di una categoria. La loro rappresentatività rispetto al prototipo varia.

Categorie e stereotipi

Categorizzazione e accentuazione

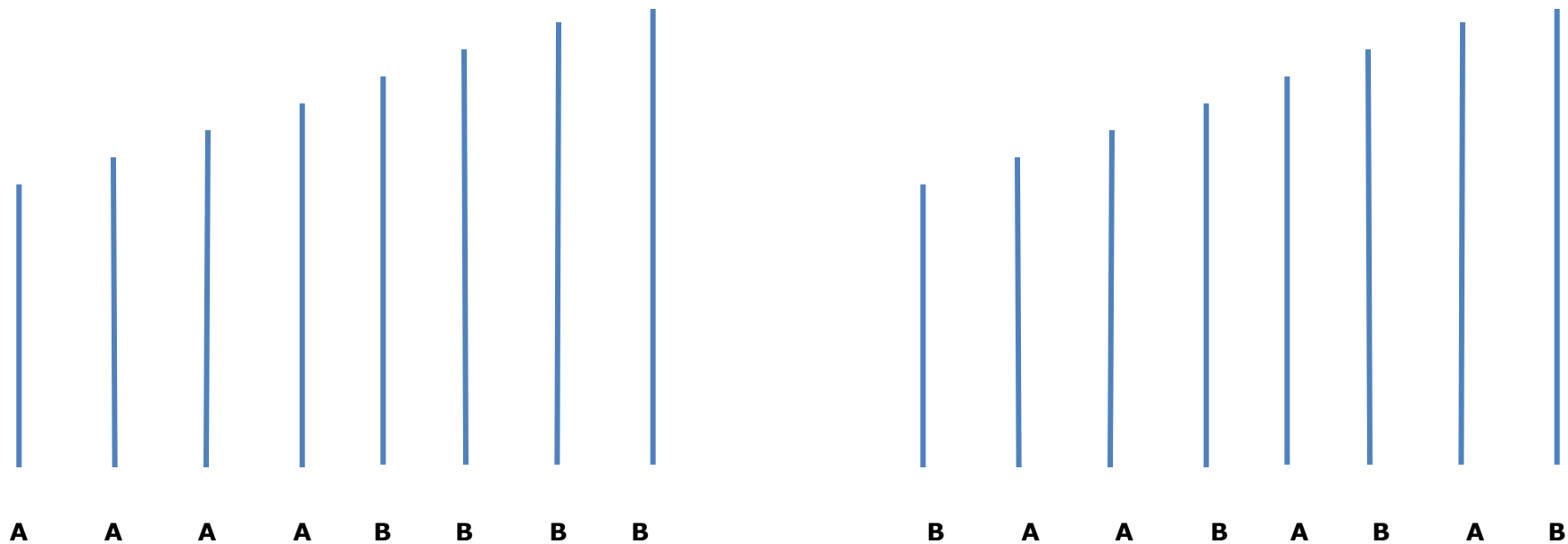
La categorizzazione può produrre distorsioni cognitivo-percettive.

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.

Categorie e stereotipi

Categorizzazione e accentuazione

L'esperimento di Tajfel & Wilkes (1963)



Categorie e stereotipi

La tendenza a percepire i membri di un gruppo come tutti simili tra loro è più accentuata nel caso dell'*outgroup* che nel caso dell'*ingroup*.

Omogeneità dell'*outgroup*: tendenza a percepire i membri di un outgroup come più omogenei tra loro (simili) rispetto ai membri dell'*ingroup*.

- maggiore familiarità?

Categorie e stereotipi

Le categorie che usiamo fungono da base per gli stereotipi.

Schema: Struttura cognitiva che rappresenta la conoscenza di un concetto o di una categoria, 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.

Categorie e stereotipi

Si distinguono diversi tipi di schema:

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

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.

Quindi, in un determinato contesto, si attiverà lo schema più saliente e/o più accessibile.

Categorie e stereotipi



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).

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.

Categorie e stereotipi

Stereotipi e interpretazione

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



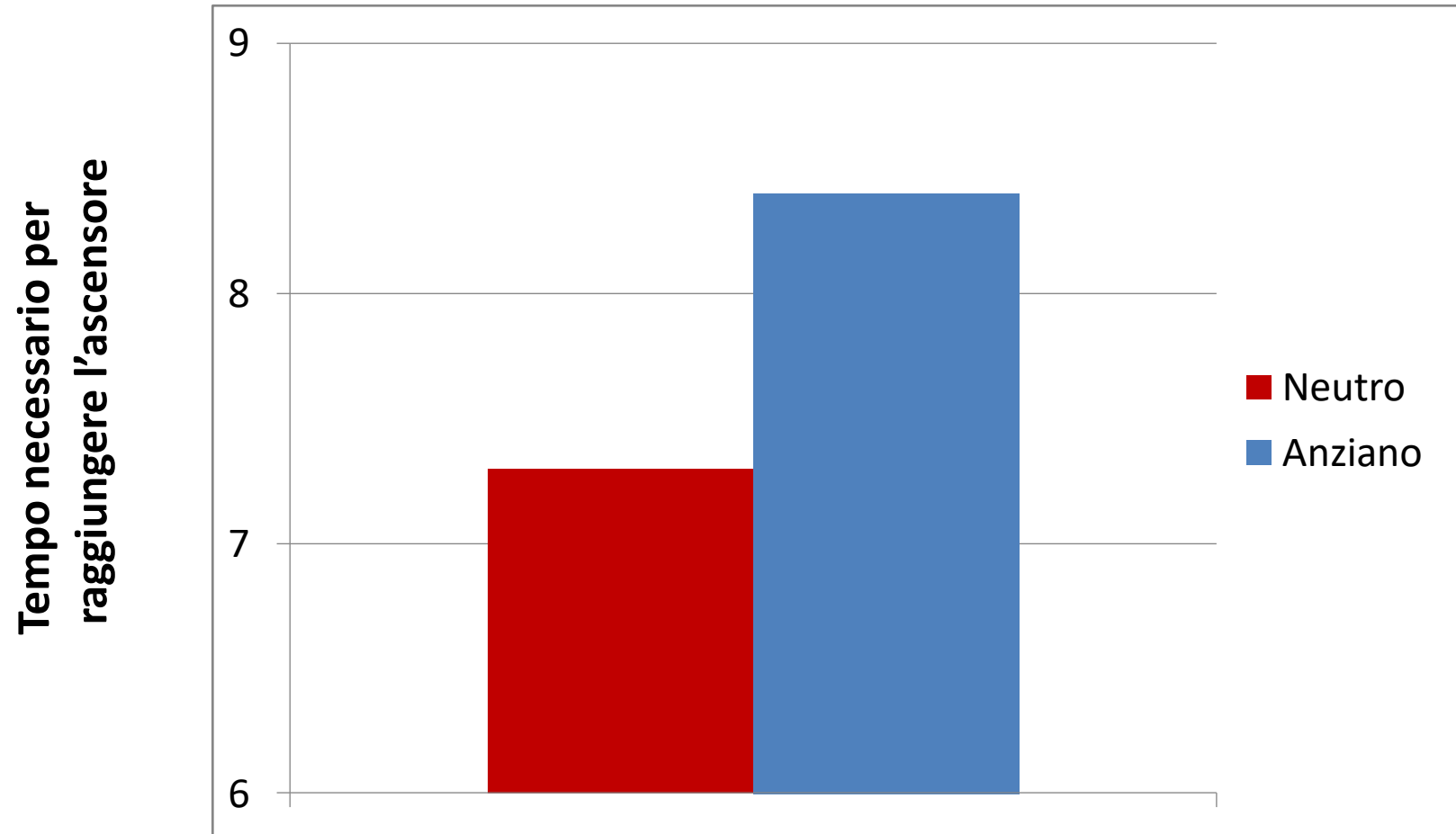
Categorie e stereotipi

Stereotipi e comportamento

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

- I partecipanti credevano di partecipare ad un test sulle abilità linguistiche.
- **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”)
- Il compito della “frase spezzettata” conteneva in realtà la **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.
- Al termine del compito, si misurava con un cronometro il tempo impiegato a raggiungere l'ascensore

Figura 2. L'attivazione dello stereotipo di anziano induce i partecipanti a camminare più lentamente.



Categorie e stereotipi

Annulare gli effetti di uno stereotipo

- Una volta attivato, è possibile annullare gli effetti di uno stereotipo? Quali strategie possiamo usare?

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

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

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:



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

Categorie e stereotipi

Annullare 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 discriminatorio.

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

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. Mostrò agli studenti liste contenenti coppie di parole, come: leone/tigre, leone/uova, pancetta/uova, fioritura/taccuino, taccuino/tigre. Il compito dei partecipanti era di indicare la frequenza con cui ciascuna parola era associata ad ognuno degli altri vocaboli.

Correlazione illusoria

- I partecipanti sovrastimarono la frequenza di due tipi di coppie: tradizionali (ad es., uova/pancetta) e distintive (ad es., fioritura/taccuino, formata da parole più lunghe rispetto alle altre della lista). In realtà, ogni parola era associata a ciascun altro termine per lo stesso numero di volte.
- Quindi, ci sono due basi per la correlazione illusoria: *significato associativo* e *differenziazione (distintività) condivisa*.

Euristiche cognitive

Euristiche: Scorciatoie cognitive che, nella maggior parte dei casi, producono inferenze sufficientemente accurate. Tversky e Kahneman (1974) sono i due principali studiosi delle euristiche di pensiero. Hanno identificato tre tipi principali.

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.



Euristiche cognitive

Euristica della disponibilità: Scorciatoia cognitiva in cui la frequenza o la probabilità del verificarsi di un evento sono stimate sulla base della 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.

Tutti questi processi inferenziali sono in genere adeguati, anche se non ottimali. Talvolta, la mancanza di accuratezza produce effetti negativi, come la formazione di impressioni sugli altri imprecise.

Domande di comprensione

- Avete appena sostenuto un colloquio di lavoro. La responsabile delle risorse umane vi ha giudicati intelligenti e competenti. Tuttavia non avete riso immediatamente ad una sua battuta: forse sospetta che non abbiate il senso dell'umorismo. Secondo voi, che tipo di impressione si sarà formata?
- Marco è un uomo italiano, cattolico, di Verona, tifoso dell'Inter, che lavora come infermiere. Come lo potremmo categorizzare?
- Secondo voi la correlazione illusoria può spiegare l'associazione tra gruppi di minoranza e comportamenti negativi? Se sì, come?

Domande di ripasso

- Quali sono le due dimensioni principali coinvolte nella formazione delle impressioni? Fornire una breve descrizione.
- Cosa sono l'effetto primacy e l'effetto recency?
- Cosa afferma il principio di accentuazione?
- Dare una definizione di schema.
- Come si attivano gli schemi?
- Spigare come uno stereotipo può influenzare il ricordo.
- Descrivere la procedura e i risultati dell'esperimento di Bargh et al., spiegando come l'attivazione di uno stereotipo può influenzare il comportamento.
- Descrivere e commentare i risultati di Figura 2.
- Cos'è l'effetto rimbalzo?
- Cosa sono le euristiche cognitive e quali sono i tre principali tipi di euristica?
- Cos'è la correlazione illusoria?