

Psicologia Sociale (edizione 2010)

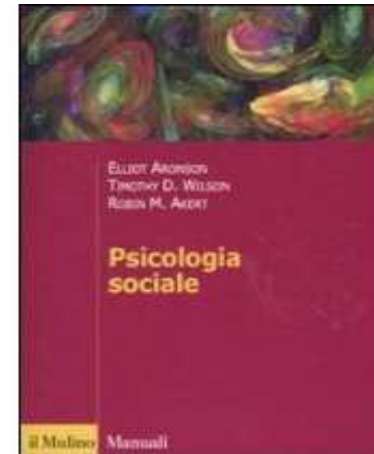
Prof. M. Ravenna - Università di Ferrara, a.a. 2012-13



Elliot Aronson



Timothy D. Wilson



Robin M. Akert

Capitoli: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11 - Scienze e tecnologie della comunicazione

Capitoli: 1, 2, 3, 4, 5 (da p. 101 a 111), 6, 7, 8, 10 – Scienze filosofiche e dell'Educazione

Argomenti del corso

1. INTRODUZIONE

- a) Che cosa studia la Psicologia Sociale
- b) Psicologia sociale ed altre forme di spiegazione dei fatti sociali
- c) Il potere dell'influenza sociale
- d) Le motivazioni umane fondamentali

COMPRENDERE NOI STESSI E IL MONDO SOCIALE

- 2. La cognizione sociale
- 3. La percezione sociale
- 4./5. La conoscenza di sé e il bisogno di giustificare le nostre azioni

INFLUENZA SOCIALE

- 6. Gli atteggiamenti
- 7. Il conformismo
- 8. I processi di gruppo

INTERAZIONE SOCIALE

- 10. Il comportamento prosociale
- 11. L'aggressività

a) Che cosa studia

La **Psicologia sociale** studia scientificamente come i **pensieri**, i **sentimenti** ed i **comportamenti** delle persone sono influenzati dalla presenza reale o simbolica degli altri

Essa sottopone cioè a verifica empirica le ipotesi e le intuizioni sul comportamento sociale.

Non è interessata alle situazioni sociali nel loro aspetto oggettivo ma **al modo in cui le persone sono influenzate da come interpretano (o costruiscono) l'ambiente sociale.** Per capire come l'ambiente sociale influenza una persona, è indispensabile capire come essa percepisce e interpreta tale ambiente piuttosto che comprenderlo oggettivamente

a) Oggetti di studio della psicologia sociale:

- **ASPETTI SOCIALI DELLA PERCEZIONE E DEI PROCESSI COGNITIVI**

(come ci formiamo delle impressioni sugli altri, come valutiamo e come ci rappresentiamo noi stessi, un certo evento, gli altri)

- **FENOMENI RELATIVI ALLE RELAZIONI INTERPERSONALI**

(attrazione, condotte aggressive e pro sociali)

- **FENOMENI RELATIVI ALLE DINAMICHE DEI PICCOLI GRUPPI** (*processi intragruppo*)

(processi d'influenza, cooperazione, conflitti, produttività)

- **FENOMENI COLLEGATI AI RAPPORTI FRA GRUPPI** (*processi intergruppi*)

b) Psicologia sociale ed altre forme di spiegazione dei fatti sociali

Ciascuna di queste discipline studia l'influenza dei fattori sociali sul comportamento delle persone ma lo fa ad un differente livello di analisi:

SOCIOLOGIA	PSICOLOGIA SOCIALE	PSICOLOGIA DELLA PERSONALITA'
<p>Si concentra sulla società, non sugli individui e pertanto fornisce teorie generali sul funzionamento società</p> <p><i>Es. Come mai nella struttura sociale A accadono più omicidi di quella B?</i></p>	<p>Studia i processi psicologici che le persone condividono fra loro e che le rendono sensibili all'influenza sociale</p> <p><i>Es. Di fronte ad una condotta violenta se ne ricercano le cause considerando l'attore in rapporto alla specifica situazione sociale</i></p>	<p>Studia le caratteristiche che rendono ogni individuo unico e diverso dagli altri</p> <p><i>Es. Di fronte ad una condotta violenta se ne ricercano le cause nella personalità di chi lo ha compiuto</i></p>

c) Il potere dell'influenza sociale

ESPERIMENTO di **ROSS e SAMUELS** (1993)

*Quali fattori influenzano il grado di cooperazione mostrato dalle persone?
La loro personalità o la natura della situazione sociale?*

Gli sperimentatori scelsero degli studenti che i tutor ritenevano particolarmente adatti alla **cooperazione** ed alla **competizione**.

Invitarono gli studenti a fare un gioco come parte di un esperimento psicologico.

Gli sperimentatori modificarono un aspetto apparentemente secondario della situazione sociale, cioè il **nome del gioco**:

- a metà dei soggetti dissero che si trattava del **Wall Street Game**;
- all'altra metà che si trattava del **Community Game**.

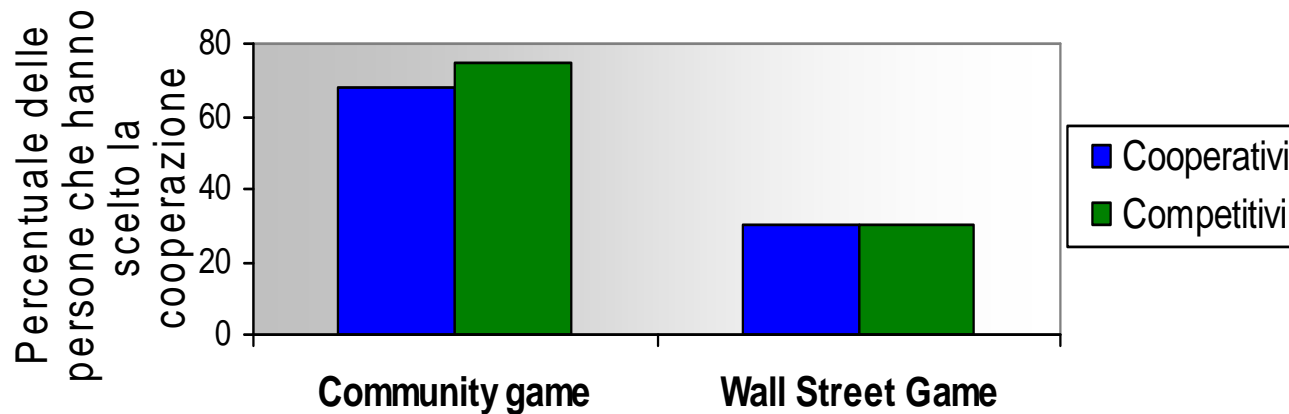
Per il resto il gioco rimase immutato

c) Il potere dell'influenza sociale

Le condizioni sperimentali erano perciò le seguenti:

1. studenti **cooperativi** che giocavano al **Wall Street Game**
2. studenti **competitivi** che giocavano al **Wall Street Game**
3. studenti **cooperativi** che giocavano al **Community Game**
4. studenti **competitivi** che giocavano al **Community Game**

Quali fattori influenzano il grado di cooperazione?



Come si vede il semplice nome del gioco produce notevoli differenze nel comportamento dei soggetti

Come mai si verificano tali differenze?

Perché il nome del gioco veicola le norme sociali riguardanti il tipo di condotta più appropriata alla situazione

In questa situazione le caratteristiche di personalità non contribuiscono in modo rilevante sul comportamento effettivo

I soggetti etichettati come “competitivi” non mostrarono cioè più competizione dei “cooperativi”

La PSICOLOGIA SOCIALE nasce negli **Stati Uniti** negli anni '20 e resta americana fino al 1950.

In questa fase si sviluppano due importanti teorie:

- 1) **Comportamentismo e neo comportamentismo**
- 2) ***Gestalt***

e successivamente la ***Social Cognition***

A partire dal 1960 la PS si sviluppa anche in **Europa** interessandosi in modo particolare al rapporto fra:

- funzionamento psicologico
- processi sociali più ampi

(Teoria dell'identità sociale, Rappresentazioni sociali)



Watson 1878-1958

COMPORAMENTISMO

S → R

Stimolo

Risposta



Skinner 1904-1990

L'azione dell'individuo è governata da eventi esterni (ricompense e punizioni)

NEOCOMPORAMENTISMO

S → O → R

Eventi Stimolo

Atteggiamenti

Comportamento

Emozioni, motivazioni

L'azione dell'individuo è governata dalle influenze dell'ambiente ma è anche influenzata da altri fattori intervenienti



Kurt Lewin 1890-1947

ORIENTAMENTO COGNITIVISTA

O

S

R

L'azione dell'individuo dipende dal modo in cui percepisce gli eventi, cioè dai processi di pensiero e da quelli psicologici

SOCIAL COGNITION

Studia il modo in cui le persone selezionano, interpretano, ricordano ed utilizzano le informazioni sociali.

d) Le motivazioni umane fondamentali

Per comprendere il modo in cui le persone percepiscono e interpretano (costruiscono) il loro mondo sociale occorre comprendere alcuni processi umani di base ed in specifico:

BISOGNO DI MANTENERE UN'IMMAGINE POSITIVA DI NOI STESSI

**Bisogno di vederci come individui rispettabili, competenti e
affidabili**

(approccio dell'autostima)

Le persone proprio per apparire in una luce migliore:

- *talvolta alterano i fatti*
- *giustificano il proprio comportamento*

Il bisogno di mantenere un'immagine di sé stabile e positiva è una causa molto potente del comportamento umano

Non è però sempre facile salvaguardare questa credenza, nella vita concreta vi sono situazioni che costituiscono delle vere e proprie sfide

Infatti, spesso ci confrontiamo con informazioni che risultano in contrasto con il concetto che abbiamo di noi stessi. Per risolvere tale contrasto siamo anche disposti a distorcere la realtà (ad es. giustificando il nostro comportamento precedente).

**BISOGNO DI ESSERE QUANTO PIU'
POSSIBILE ACCURATI**

(*approccio della cognizione sociale*)

Le persone tentano di formulare una visione del mondo nel modo più accurato possibile.

Le loro aspettative influenzano però tale percezione accurata

**BISOGNO DI GIUSTIFICARE I NOSTRI PENSIERI E LE
NOSTRE AZIONI**



Leon Festinger 1919-1989

**BISOGNO DI ESERCITARE UN
CONTROLLO SULL'AMBIENTE**

ERRORE FONDAMENTALE DI ATTRIBUZIONE

Consiste nella tendenza delle persone ad attribuire il comportamento a stabili disposizioni di fondo della personalità, persino di fronte a forti prove della presenza di cause esterne
(Ross, 1977)