

C.I. GIUDIZIO SOCIALE E
COMUNICAZIONE & PSICOLOGIA DEI
PROCESSI DECISIONALI
a. a. 2017-18

MODULO 1:

Giudizio sociale e comunicazione (6 cfu) -
I semestre

MODULO 2:

Psicologia delle decisioni (6 cfu) - I semestre

1

LEZIONI

- ORARIO

lunedì 14-17, giovedì 11-13

2

LEZIONI

- OBIETTIVO

Analizzare la comunicazione dal punto di
vista della cognizione sociale

come i bias cognitivi e i fattori che
determinano il giudizio sociale influenzano la
comunicazione

→ *Understanding Misunderstanding* (Pronin et
al., 2002)

3

LEZIONI

CONTENUTO

i bias cognitivi, percettivi e motivazionali
possono creare, inasprire e mantenere il
conflitto tra individui e gruppi (Pronin et al.,
2002)

→ Analisi critica degli effetti dei bias
cognitivi e motivazionali sulla comunicazione
interpersonale e intergruppo

4

LEZIONI

La cecità rispetto al peso che i bias hanno nelle nostre valutazioni e contemporaneamente la tendenza a vedere i bias e le motivazioni ideologiche nelle posizioni degli altri

→ "*biased perceptions can give rise to perception of bias*"

5

LEZIONI

- Euristiche & bias
- Difficoltà ad assumere il punto di vista dell'altro
 - maledizione della conoscenza
 - bias egocentrico
- Bias di conferma
- Effetti dell'informazione discredita

6

MATERIALE

- **Fiske S.T.**, *La cognizione sociale*. Il Mulino, Bologna, 2006, cap. 1.
- **Ferrante D.** Il controllo di ipotesi. In V. Girotto (a cura di) *Introduzione alla psicologia del pensiero*, Il Mulino, Bologna, 2013, cap. 6
- **Pronin E., Puccio C. & Ross L.** (2002) "Understanding Misunderstanding: Social Psychological Perspectives" in T. Gilovich, D. Griffin & D. Kahneman, *Heuristics and Biases. The psychology of Intuitive judgment*. Cambridge University Press, 636-665.
- **Articoli DA DEFINIRE**

7

Attività integrative (per frequentanti)

- analisi, presentazione e discussione di un articolo
- progettazione di un esperimento

8

ESAME

- **PROVA SCRITTA:** svolgimento sintetico di cinque argomenti proposti (2*15 m + 3*5m + 5m → 50 minuti)
 - voto: $8 + 2 * (\text{da } 0 \text{ a } 7) + 3 * (\text{da } 0 \text{ a } 3)$
- **PROVA ORALE**
 - per gli studenti frequentanti la valutazione prevede anche la discussione del lavoro svolto durante gli incontri seminariali [voto in trentesimi che fa media con il voto dello scritto: media ponderata con peso allo scritto di 2/3]
 - su richiesta dello studente, orale sull'intero programma [il voto finale è la media pesata dei voti riportati nelle due prove: 2/3 alla prova scritta 1/3 alla prova orale]

9

Sito web

1. <http://moodle.units.it/moodle/>
2. Modulo di *Giudizio sociale e comunicazione* 2016-17
 1. Chiave di accesso: *SOC&COM17-18*
 2. Troverete: programma, slide, articoli in inglese, annunci vari, date appelli. Iscrivetevi e inserite l'indirizzo e-mail che effettivamente usate
3. **ISCRIZIONE APPELLI**
 - ESSE3 (obbligatoriamente)

10

Cognizione sociale

È l'insieme dei processi attraverso i quali le persone pensano e danno senso a se stesse, agli altri e alle situazioni sociali (Fiske e Taylor, 1991)

Per comprendere se stesse, il loro mondo sociale e di conseguenza organizzare i propri comportamenti, le persone acquisiscono informazioni dall'ambiente, le interpretano, le immagazzinano in memoria e le recuperano da essa

11

Lo studio della cognizione sociale

integrazione tra

lo studio dei processi cognitivi
(attenzione, memoria, apprendimento e pensiero)

e

l'obiettivo della psicologia sociale
(spiegare come le persone comprendono e mettono in atto i comportamenti sociali)

12

Per analizzare percezioni, giudizi e comportamenti sociali vengono utilizzati i metodi e le teorie della psicologia cognitiva

Uomo → sistema di elaborazione delle informazioni

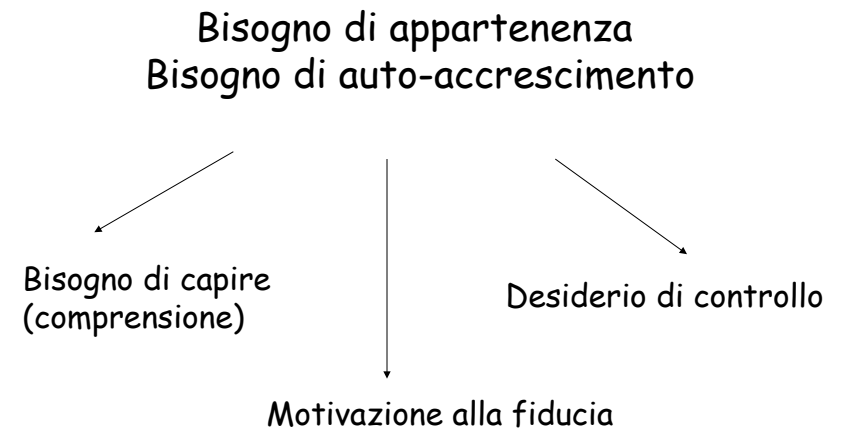
Human information processing

Teoria dell'informazione

Intelligenza artificiale

13

Motivazioni sociali fondamentali



14

Motivazioni sociali fondamentali

Bisogno di capire (comprensione)

essere parte di un gruppo sociale richiede la capacità di capire le altre persone in modo tale da interagire adeguatamente

comprendere ciò che gli altri fanno, sentono, desiderano e intendono influenza le nostre reazioni

Zajonc e Adelman (1987)
le persone preferiscono sviluppare opinioni e spiegazioni condivise con gli altri

15

Motivazioni sociali fondamentali

Bisogno di capire (comprensione)

Complessità del mondo
Limitazioni del sistema cognitivo

⇒ il bisogno di risparmiare risorse cognitive
sviluppo di strumenti: categorizzazione, euristiche

Non si ricerca una soluzione ottimale, ma una soluzione accettabile (Simon, 1957)

16

Motivazioni sociali fondamentali

Bisogno di capire (comprensione)

Fiske e Taylor (1984)

uomo come economizzatore cognitivo
(*cognitive miser*)

Fiske e Taylor (1991)

tattico motivato (*motivated tactician*)

da tattiche “spicce e sporche” ad analisi meditate e minuziose

la profondità della riflessione dipende dalla situazione sociale

17

Motivazioni sociali fondamentali

Fiducia

L'apertura e la fiducia facilitano la scoperta e il contatto con gli altri

Bias di positività

Le persone si aspettano di esperire eventi positivi e di incontrare persone abbastanza competenti, simpatiche e oneste

Parducci, 1968

Quando le persone immaginano gli esiti futuri, le loro aspettative generali amplificano la frequenza attesa degli eventi positivi rispetto a quelli negativi

18

Motivazioni sociali fondamentali

Fiducia

Bias di positività

Matlin e Stang 1978

“principio di Pollyanna”: le persone cercano ciò che è piacevole ed evitano ciò che è spiacevole

Rothbart e Park 1986

i tratti desiderabili sono ritenuti più comuni di quelli indesiderabili

Zajonc, 1998

Nella maggior parte delle lingue, i termini positivi sono nettamente più numerosi dei termini negativi¹⁹

Motivazioni sociali fondamentali

Fiducia

Bias di positività della persona

Sears, 1983

le persone sono valutate positivamente rispetto alle corrispondenti entità non umane.

Il punto medio psicologico delle aspettative che abbiamo sugli altri non coincide con il punto medio aritmetico: su una scala da 1 a 9, il punteggio psicologicamente neutro non è 5, ma 6 o 7.

20

Fiducia

Corollario: acuta sensibilità verso ciò che è negativo

Fiske (1980)

diapositive che descrivevano delle persone

Due variabili indipendenti: il grado di socievolezza e il grado di responsabilità sociale.

Una variabile dipendente: per quanto tempo i partecipanti osservavano i comportamenti positivi e negativi

Risultati: venivano osservati più a lungo i comportamenti negativi e tanto più a lungo quanto più essi erano negativi. I comportamenti che attiravano maggiormente l'attenzione influenzavano anche maggiormente le impressioni successive

21

Corollario: acuta sensibilità verso ciò che è negativo

Due spiegazioni

Fiske (1980)

la rarità degli eventi negativi li rende più informativi in quanto differenziano la persona dalla norma

Skowronski e Carlston (1989)

gli eventi negativi potrebbero anche essere più diagnostici indipendentemente dalla norma

il valore diagnostico del comportamento negativo è maggiore per le caratteristiche interpersonali (ad es. cordialità o moralità) e minore per le abilità

22

Com'è possibile che le persone si aspettino sempre eventi positivi, data la loro costante **vigilanza** verso quelli negativi?

Taylor 1991

Valutare e contrastare gli eventi negativi richiede risorse fisiologiche, cognitive, emotive e sociali. Le persone non sono in grado di mantenere continuamente un elevato livello d'allerta ⇒ tendono rapidamente a minimizzare ciò che è negativo, ripristinando un livello di base più positivo

bias positivi, effetto moderatore del contesto, giustificazioni

23

Motivazioni sociali fondamentali

Desiderio di controllo

controllare il mondo esterno

- percepire correlazioni tra comportamenti ed esiti
- inferire nessi causali

controllare i propri processi cognitivi

- difficoltà
- la maggior parte dei pensieri e delle azioni sono automatici (Bargh, 1997)
- le azioni volte al controllo influenzano il modo in cui pensiamo

24

Formazioni di impressioni e processi automatici

Ambady e Rosenthal (1992)

l'accuratezza non era influenzata dal fatto che le osservazioni durassero 30 secondi appena o 5 minuti

→ **accuratezza in condizioni di conoscenza nulla**
(*zero-acquaintance accuracy*)

25

Accuratezza in condizioni di conoscenza nulla

Ambady, Bernieri e Richeson (2000)

vari ambiti: valutazioni didattiche, prestazioni lavorative, risultati di interviste, orientamento sessuale e personalità

Albright, Malloy, Dong, Kenny, Fang, Winkquist e Yu (1997)
nei giudizi interculturali tra partecipanti americani e cinesi

26

Accuratezza in condizioni di conoscenza nulla

Zebrowitz e Collins (1997)

L'accuratezza della percezione sociale a conoscenza nulla può dipendere dall'esistenza di relazioni tra variabili fisiche e tratti di personalità

relazione causale diretta
stessa causa biologica o ambientale sottostante

27

Controllo

Bargh (1997)

Le attività mentali completamente *automatiche* si svolgono senza intenzione, senza sforzo e inconsapevolmente

Il grado di automatismo e di controllo è determinato dagli scopi perseguiti nell'interazione sociale e dalle circostanze

28

Generalmente i processi automatici vengono studiati usando il paradigma del *priming semantico*

Presentazione sequenziale di due stimoli:

il *prime* (ha la funzione di attivare il concetto)

il *target* (obiettivo del compito)

se il *target* è semanticamente collegato al *prime*, esso verrà elaborato più velocemente grazie allo stato di pre-attivazione prodotto dal *prime*

29

Automatismo preconsco

L'automatismo preconsco è il tipo di risposta più schiettamente automatico

Nell'automatismo preconsco uno stimolo presentato al di sotto del livello della consapevolezza, influenza il giudizio

Murphy, Monahan e Zajonc (1995)

Sullo schermo di un computer venivano presentati in sequenza degli ideogrammi cinesi preceduti da un *prime subliminale* (una faccia sorridente o arrabbiata) che appariva per 4/1000 sec

Risultati: i *prime* positivi producevano una valutazione più favorevole

Automatismo preconsco

Prime permanente nei confronti di certe dimensioni della cognizione sociale

→ le persone si focalizzano su alcune dimensioni che sono *cronicamente accessibili* e ne ignorano altre

Priming subliminale e accessibilità cronica operano a livello preconsco per filtrare e modellare la nostra esperienza sociale

31

Automatismo postconsco

Siamo consapevoli di un processo nel quale siamo impegnati (ad es.: la formazione di un'impressione) ma **non** abbiamo consapevolezza degli effetti di tale processo (ad es. sulla memorizzazione)

→ Siamo consapevoli sia del *prime* che del *target*
ma
non degli effetti del *prime* sul *target*

32

Automatismo postconscio

Taylor e Fiske (1975, 1978)

effetti di salienza percettiva

Macrae, Hood, Milne, Rowe e Mason (2002)

effetti della direzione dello sguardo

→ se una persona volge lo sguardo verso di noi, tendiamo a categorizzarla più rapidamente avendo immediato accesso a informazioni stereotipiche: la sua attenzione ci spinge a prendere rapidamente decisioni a proposito di quella persona

33

Automatismo postconscio

Influenza dello stato d'animo sul recupero

la valenza degli eventi ricordati dipende dallo stato d'animo in cui ci troviamo quando ricordiamo (*mood-congruent memory*)

eventi codificati in un determinato stato d'animo saranno meglio ricordati quando ci si troverà nello stesso stato d'animo (*mood-dependent memory*)

34

Automatismo dipendente da scopi

E' costituito da attività che si svolgono involontariamente, senza sforzo e fuori della coscienza, pur essendo basate su intenzioni consapevoli

Azioni sussidiarie

Abitudini

comportamenti automatici guidati da scopi

ciò che all'inizio è deliberato può diventare, con la ripetizione, automatico

Ruminazioni

35

Controllo pienamente intenzionale

Fiske (1989)

Intenzionalità

- avere delle alternative
- non fare la scelta scontata, dominante
- prestare attenzione

36

Scopi che favoriscono l'automatismo o il controllo

- prendere comunque una decisione → dominanza dei processi automatici
- evitare gli errori → dominanza dei processi controllati

37

Prendere comunque una decisione (evitare l'indecisione)

Kruglanski e Webster (1991; 1996)

“La necessità di prendere una decisione [qualunque decisione “abbastanza buona”] può dominare ogni altro scopo”

Variabili situazionali che creano sottoscopi rivolti all'*urgenza* (decidere rapidamente) e alla *permanenza* (non riaprire la decisione): poco tempo a disposizione, disturbi ambientali, stanchezza mentale, richiesta esterna, noia

38

Prendere comunque una decisione (evitare l'indecisione)

differenze individuali

preferenza per ordine e prevedibilità e ricerca di spiegazioni stabili

bisogno di chiusura cognitiva

il bisogno di ottenere una risposta chiara e non ambigua intorno a un oggetto di conoscenza

39

Evitare gli errori

fattori situazionali

- costo elevato dell'errore
- giustificare l'errore (Tetlock, 1992)

40

Evitare gli errori

differenze individuali

Edwards e Weary (1993)

persone depresse e con una percezione di controllo cronicamente bassa si focalizzano sulla comprensione dei dettagli

Weary e Edwards (1994)

le persone cronicamente incerte sulle cause sono più sensibili alle informazioni sociali

41

Problema del controllo

Una persona non sempre può pensare a ciò che vuole pensare

Bargh, Chen e Burrows, 1996

presentate parole associate allo stereotipo di una persona anziana: preoccupato, Florida, vecchio, solitario, grigio

⇒ quando uscivano dal laboratorio gli studenti camminavano più lentamente

42

Fino a che punto le persone possono controllare il loro comportamento?

autoregolazione

Baumeister, Bratslavsky, Muraven e Tice (1998)
il modello dell'indebolimento dell'io (*ego depletion model*)

→ tutti gli atti di volizione attingono alle stesse risorse interne

43

Autoregolazione

Baumeister, Bratslavsky, Muraven e Tice (1998)

compito: risolvere un rompicapo

3 condizioni: resistere a dei cioccolatini, resistere a dei ravanelli, nessun controllo sul cibo

Condizione	Tempo (minuti)	Tentativi
Persone che dovevano resistere al cioccolato	8,35	19,40
Persone che dovevano resistere ai ravanelli	18,90	34,29
Nessun controllo sul cibo	20,86	32,81

44

Visto che tutti gli atti di volizione attingono alle stesse risorse interne, se una persona resiste a una tentazione può cadere più facilmente preda del pericolo che si presenta subito dopo

Vos & Heatherton (2000)

inibire il consumo di merendine aumentava il consumo di gelato

Effetto rimbalzo