

Indice

Presentazione dell'edizione italiana, di Luciano Arcuri	7
I. La cognizione sociale: comprendere gli altri	13
1. Che cosa è la cognizione sociale?	14
2. Accuratezza: accontentarsi di una comprensione «abbastanza buona»	23
3. Schemi e aspettative: comprendere e affidarsi a ciò che è familiare	44
4. Scopi, automatismi e controllo: non sempre riusciamo a controllare quello che pensiamo	64
■ Sommario	76
II. Il Sé: sociale fino al midollo	79
1. Che cosa è il Sé?	79
2. I concetti di sé: comprendere il Sé	90
3. Il Sé e le emozioni: il bisogno di autoaccrescimento	117
4. Il Sé e il comportamento: il desiderio di appartenenza	129
■ Sommario	142
III. Stereotipi, pregiudizi e discriminazione: i bias sociali	145
1. Che cosa sono i pregiudizi, gli stereotipi e la discriminazione?	147
2. Bias latenti: (in)comprensione degli altri e accrescimento di sé	157

ISBN 88-15-10716-9

Edizione originale: *Social Beings: A Core Motives Approach to Social Psychology*, New York, Wiley (capp. 4, 5, 11). Copyright © 2004 by John Wiley & Sons, Inc. All rights reserved. This translation is published under license. Copyright © 2006 by Società editrice il Mulino, Bologna. Traduzione di Maurizio Ricucci. Edizione italiana a cura di Luciano Arcuri.

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere fotocopiata, riprodotta, archiviata, memorizzata o trasmessa in qualsiasi forma o mezzo – elettronico, meccanico, reprografico, digitale – se non nei termini previsti dalla legge che tutela il Diritto d'Autore. Per altre informazioni si veda il sito www.mulino.it/edizioni/fotocopie

3. Utilità sociale dei bias latenti: appartenenza e controllo	176
4. Il ruolo della capacità e della motivazione nel controllo del bias latente	188
5. I bias manifesti: appartenenza all' <i>ingroup</i> , controllo delle minacce dell' <i>outgroup</i> e autoaccrescimento	199
6. Effetti del bias: appartenenza, controllo e autoaccrescimento	215
7. Strategie di cambiamento: contatto costruttivo tra gruppi e controllo del bias	223
■ Sommario	226
<hr/>	
Riferimenti bibliografici	233
<hr/>	
Indice analitico	281

Presentazione dell'edizione italiana

Il volume qui proposto in edizione italiana testimonia l'impegno teorico e sperimentale di Susan Fiske, una delle più prestigiose interpreti della psicologia sociale cognitiva. Gli studiosi che si occupano, sia per esigenze didattiche sia per interessi di ricerca, di questo settore scientifico, sanno che già dagli anni Settanta la Fiske ha operato con competenza ed entusiasmo in alcuni dei più importanti ambiti della ricerca psicosociale, ottenendo tra l'altro con le sue pubblicazioni un notevole successo editoriale. Nei diversi luoghi di formazione psicologica sparsi per il mondo il testo *Social Cognition*, frutto della collaborazione tra una giovane ricercatrice e la sua docente-tutor, Susan Fiske la prima e Shelly Taylor la seconda, ha goduto, nelle diverse edizioni, di una meritata notorietà. Era forse solo una coincidenza, ma con l'uscita di quel volume il mondo della psicologia sociale statunitense cominciava a manifestare un significativo cambiamento «di composizione». Una disciplina che, dalle sue origini fino ad arrivare agli anni Ottanta, era stata interpretata prevalentemente da eminenti figure maschili (si pensi, tanto per citarne alcune, ad Asch, Heider, Festinger, Aronson, Sherif, Zimbardo, Zajonc, Milgram) in poco tempo vedeva emergere figure di ricercatrici di riconosciuta levatura e creatività. Era il caso di autrici come Patricia Devine, Ziva Kunda, Mazarin Banaji, Bernadette Park, Marilyn Brewer, Felicia Pratto, Hazel Markus, e di tante altre che non possiamo ricordare individualmente ma i cui nomi compaiono sulle più citate riviste scientifiche del settore.

A ben pensare, la psicologia sociale, terreno fertile su cui si sono venute elaborando tematiche come i diritti delle minoranze, l'eguaglianza di opportunità, i rapporti di potere tra categorie sociali, non poteva che essere il settore disciplinare dove sarebbe maturata la più forte e documentata attenzione per le politiche di genere sessuale. Ecco, allora, che la giovane Fiske, nelle sue prime

esperienze di ricerca condotte ad Harvard, diventava l'interprete più consapevole di una nuova sensibilità rispetto alle tematiche di genere. Si trattava, ad esempio, di proporre interpretazioni nuove e anticonvenzionali a proposito di costrutti che nascondevano giudizi di valore poco favorevoli al mondo delle donne. Impegnata, ad esempio, a seguire il corso sulla psicologia delle differenze sessuali, la Fiske ascoltava il docente descrivere le donne e i neri come «dipendenti dal campo». Questa definizione rimandava ad una tendenza messa in luce da donne e neri nelle situazioni in cui c'è conflitto tra indici interni ed indici esterni, a favorire gli indici esterni. Ma la ricercatrice acutamente osservava che l'espressione «dipendente dal campo» veicola un significato non positivo, tanto da poter essere considerato come una sorta di imperfezione. Nella operazionalizzazione del costrutto come coppia di polarità che racchiudono un continuum, dipendenza/indipendenza, la prima sembra essere quella negativa. Le cose forse cambierebbero se si decidesse di usare l'espressione «sensibili al campo»? Considerando specularmente le due locuzioni, i maschi, che in generale sono considerati «indipendenti dal campo», avrebbero potuto essere definiti come «insensibili al campo». Dato che i ricercatori che avevano elaborato il modello teorico e coniato i termini per definire lo stile cognitivo associato non erano neri né donne [Witkin e Goodenough 1977] la Fiske aveva ragione nell'individuare un sottile, ma chiaro, giudizio di valore nel modo in cui i termini sarebbero stati impiegati nella ricerca. Nasceva da queste prime ma acute impressioni della giovane studentessa l'idea che, essendo difficile immaginare un mondo della ricerca sgombro da assunzioni di valore, era comunque doveroso garantire la presenza di attrici e di paradigmi capaci di interpretare nuovi valori, quelli incarnati dal genere femminile.

Anche il contributo di ricerca che segna la prima collaborazione di Susan Fiske con Shelly Taylor [Taylor e Fiske 1975] è frutto di una particolare impostazione, testimonianza di una visione legata al genere, precedentemente non presente nella letteratura psicosociale. Di che si tratta? Il tema, largamente frequentato, è quello dell'effetto legato alla differenza attore-osservatore: quando le persone spiegano il comportamento dei loro simili tendono ad usare attribuzioni di tipo interno o disposizionale, quando invece le persone devono spiegare il proprio comportamento tendono a fare ricorso a cause situazionali. Prendiamo il caso in cui una persona debba spiegare perché un amico è stato bocciato ad un esame: la spiegazione potrebbe rimandare, ad esempio, al suo essere un inguaribile ritardatario (una spiegazione disposizionale) e ci potrebbe far pensare che egli abbia preparato l'esame la notte precedente alla prova. Per contro, se è l'amico che deve giustificare il proprio insuccesso, troverà giustificazioni nella

severità del docente o nella confusione che regnava in casa quando lui tentava di studiare. Insomma una spiegazione situazionale. Nell'interpretare tale asimmetria attribuzionale già Jones e Nisbett [1987] avevano suggerito che l'effetto attore-osservatore poteva essere dovuto all'orientamento percettivo delle persone coinvolte. Quando un individuo *osserva* un suo simile agire, questi si staglia su uno sfondo nei confronti del quale assume caratteristiche di salienza, e questo dettaglio percettivo spiegherebbe le attribuzioni disposizionali. Ma le persone non «si vedono» *agire*, mentre esse sono consapevoli della situazione in cui si trovano, e questo renderebbe salienti le attribuzioni situazionali dell'attore che deve spiegare il proprio comportamento. L'idea di Fiske e Taylor era quella di isolare e studiare i fattori che rendono saliente un attore e che permettono di rendere la sua presenza nello scenario studiato particolarmente indicativa di un ruolo causale. Era questa l'occasione per lo studio di un fenomeno che successivamente avrebbe assunto il nome di «effetto solo». Lo studio consisteva nell'ascoltare sei persone che partecipavano ad una conversazione durante la quale ciascuno interveniva con lo stesso numero di frasi e con la stessa qualità di idee proposte. Una fotografia della persona che stava in quel momento parlando era a disposizione dei partecipanti i quali, successivamente, erano impegnati in un compito di memoria di attribuzione e in giudizi sulle persone che avevano preso parte alla discussione. Venivano presentate, una alla volta, le frasi pronunciate durante la discussione e i partecipanti dovevano associare le singole frasi ad uno dei sei partecipanti alla discussione e dovevano commentare il ruolo avuto da quella persona nell'andamento della discussione. La variabile sperimentale che era manipolata riguardava il carattere solitario o meno della persona che pronunciava la frase. In un caso, ad esempio, il target era un bianco che partecipava ad una discussione insieme ad altri cinque bianchi, in un altro caso il target era un nero inserito in un gruppo formato da cinque bianchi, e infine in un altro caso ancora il gruppo era costituito da tre bianchi e tre neri. Lo stesso paradigma venne poi impiegato per replicare lo studio manipolando il genere dei partecipanti alla discussione (tutti uomini, una donna e cinque uomini, tre donne e tre uomini). I risultati ottenuti dimostrarono che la persona sola viene percepita e ricordata come più in risalto: ad esempio viene indicata come quella che ha parlato più a lungo, ha maggiore influenza sulle interazioni del gruppo, ed è in grado di suscitare una impressione più precisa. La persona sola viene anche valutata in maniera più polarizzata, nei termini di maggiore positività o maggiore negatività in relazione al calore manifestato durante la discussione e all'originalità dei contributi forniti. Infine, alla persona sola vengono attribuite caratteristiche che enfatizzano l'immagine stereotipica del ruolo sociale ad essa

ascritto: ad esempio è possibile che ad una donna che partecipa ad una discussione assieme ad altri uomini venga riconosciuto un tono di argomentazione di tipo «materno». In sostanza le autrici, mentre avevano trovato una conferma della loro ipotesi, ossia che la salienza polarizza i giudizi e rende le persone più «agenti» di quanto non siano, erano anche in grado di intuire i risvolti applicativi della scoperta, ossia che la condizione di «solo» porta a valutazioni esagerate che enfatizzano le immagini stereotipiche associate alla categoria sociale di appartenenza del target.

Ma da dove era nata questa idea che le persone in condizione «solo» attirano l'attenzione e sono viste come agenti causali e capaci di produrre impatto sull'atmosfera del gruppo? Dalle esperienze fatte in occasione di incontri di lavoro avvenuti nella prestigiosa sede di Harvard, quando la Taylor scopriva di essere l'unica donna a prendere parte a riunioni interamente popolate da docenti maschi e ad accorgersi che qualsiasi cosa dicesse acquistava una particolare salienza. Il fenomeno «solo» era quindi il risultato di una focalizzazione dell'attenzione su un membro del gruppo visto come diverso. Insomma una brillante ipotesi sperimentale non nasceva nel contesto di un'elaborata riflessione teorica ma trovava origine dalle esperienze di vita di una psicologa sociale che avvertiva il carattere straordinario del suo partecipare ad un'esperienza culturale per massima parte popolata da maschi bianchi nella migliore tradizione WASP (*witbe, anglo-saxon, protestant*).

Del resto, una ulteriore prova di quanto le ricerche condotte dalla Fiske non si limitassero a descrivere e interpretare la realtà dello scenario sperimentale ma diventassero chiavi interpretative dei rapporti sociali nelle strutture organizzative proviene da un'esperienza nel campo della giustizia vissuta dalla ricercatrice, quando nel 1982 venne contattata da una collega avvocatessa, esperta di diritto del lavoro. Il caso in questione riguardava l'uso di stereotipi legati al genere e successivi episodi di discriminazione avvenuti in una struttura governativa. Il procedimento giudiziario era stato impostato sulla base di trascrizioni delle interazioni verbali sviluppatesi nelle riunioni di gruppo a cui una donna manager aveva partecipato. La ricercatrice affrontò il problema con estrema accuratezza e produsse un'analisi rigorosa e dettagliata delle espressioni verbali usate nelle interazioni con la donna manager, che aveva finito per essere penalizzata dal gruppo dei pari, maschi, per non aver aderito alla loro immagine stereotipica legata al ruolo femminile. La testimonianza di Susan Fiske risultò cruciale nel produrre una sentenza a favore della vittima della discriminazione, anche nella sede più alta della Suprema Corte di giustizia. Le argomentazioni della ricercatrice mettevano in luce il ruolo di sottili ma decisivi fattori sociali come lo status di «solo», il

ricorso a criteri di valutazione piuttosto vaghi, nel favorire giudizi basati sui più triti stereotipi di genere che avrebbero successivamente prodotto episodi di vera e propria discriminazione. In definitiva, quei risultati, ottenuti nelle condizioni asettiche di un laboratorio di psicologia sociale, avevano innescato riflessioni che si sarebbero dimostrate convincenti agli occhi dei giudici alle prese con una causa di lavoro, nel contesto «applicativo» di un'aula di tribunale.

Il contributo della Fiske non è inquadrabile nella tradizionale impostazione del cognitivismo, spesso giustamente accusato di testare i propri modelli in situazioni sperimentali eccessivamente decontestualizzate, e ciò per due ragioni. La prima rimanda all'importanza che l'autrice attribuisce al potere sociale nello sviluppo degli stereotipi e del pregiudizio. Per definizione, a suo avviso, le persone dotate di potere esercitano il controllo sulle risorse e quindi non dipendono più di tanto dagli altri. Hanno la possibilità di agire bene o male, a seconda di ciò che esse desiderano. Dato che non dipendono dagli altri, esse non hanno il bisogno di prestare loro attenzione e questa condizione non può che favorire l'uso di immagini stereotipiche nei confronti di chi non ha potere. Non solo, ma chi detiene il potere spesso usa gli stereotipi con l'obiettivo di giustificare la propria posizione di predominio [Goodwin, Gubin, Fiske e Yzerbyt 2000]. Il rapporto tra potere e stereotipi viene anche illustrato da alcuni lavori dell'autrice [Cuddy, Fiske e Glick 2004] che suggeriscono un cambiamento degli stereotipi riguardanti un gruppo nella misura in cui lo status percepito del gruppo subisce un miglioramento. Accanto a verifiche storiche riguardanti cinesi e neri nella società americana, Glick e Fiske [2001b] hanno dimostrato, nell'ambito della teoria del sessismo ambivalente, che le donne sono percepite in maniera diversa a seconda dello status sociale da esse raggiunto. In definitiva, a seconda del cambiamento di posizione sociale occupata da un gruppo, si modificano anche i contenuti degli stereotipi ad esso associati.

Ma veniamo ora alla seconda ragione che ci permette di collocare il contributo di Susan Fiske in una prospettiva «eterodossa» rispetto alla cognizione sociale classica. Una componente centrale della prospettiva teorica adottata dalla ricercatrice riguarda l'analisi delle motivazioni sociali di base che descrivono i processi psicologici fondamentali capaci di attivare pensieri, sentimenti e comportamenti nelle situazioni di interazione sociale. Si tratta di motivazioni sociali di base proprio perché sono la risultante di un'interazione, ossia di una combinazione irripetibile, della persona e della situazione. La prima motivazione è quella dell'*appartenenza*, ossia il bisogno di forti, stabili relazioni con le altre persone. Numerosi dati di ricerca dimostrano che l'appartenenza ad un gruppo aiuta l'individuo a sopravvivere psicologicamente e fisicamente [Levine

e Moreland 1998]. Sul versante delle motivazioni di tipo cognitivo, quella più importante sostiene le persone nel loro sforzo di *comprensione* dell'ambiente, in modo da predire cosa sta per accadere in un ambiente pieno di incertezze e per dare senso a ciò che è capitato. Non solo: come ci insegnano Moscovici [1988] a proposito delle rappresentazioni sociali, o Zajonc e Adelman [1987] a proposito dei significati di gruppo, le persone preferiscono sviluppare significati e spiegazioni che condividono con gli altri. Un'altra motivazione sociale di base, collegata a quella della comprensione, attiene al bisogno delle persone di dimostrarsi competenti ed efficaci nel gestire il loro rapporto con l'ambiente sociale. La motivazione del *controllo* riguarda i tentativi di esercitare con competenza un monitoraggio dei risultati che derivano dai nostri comportamenti. Anche in questo caso i dati di ricerca a nostra disposizione testimoniano una stretta relazione tra la realizzazione di tale motivazione e la condizione di maggior salute fisica e psicologica delle persone [Taylor, Repetti e Seeman 1997]. La quarta motivazione, quella dell'*autoaccrescimento*, si riferisce al bisogno di mantenere alta la propria autostima, o meglio di accrescerla, mettendosi alla prova. Anche in questo caso sono numerose le evidenze empiriche in grado di confermare la soddisfazione di questo bisogno e la condizione di benessere fisico e psicologico: ad esempio le persone si sentono immediatamente meglio quando ricevono dei feedback positivi che le riguardano [Swann *et al.* 1990]. Infine, la motivazione dell'*avere fiducia*, ossia il concepire il mondo come un luogo in cui non ci può capitare nulla di male. In definitiva confidiamo nel fatto che le persone dal cui comportamento dipendiamo non agiranno in maniera da procurarci conseguenze spiacevoli. Sembra che una predisposizione ad avere fiducia negli altri, in determinate circostanze, faciliti alcune importanti manifestazioni della condotta umana, come il negoziare o l'intessere relazioni sentimentali.

Le cinque motivazioni sociali di base appena enunciate sono state impiegate dalla Fiske per leggere e interpretare le manifestazioni del pensiero, del giudizio e del comportamento degli individui nel contesto delle interazioni sociali. Il testo che raccoglie i frutti di questo lavoro di ricerca è *Social Beings: A Core Motives Approach to Social Psychology*, da cui sono tratti i capitoli (4, 5, 11) che compongono il presente volume.

Nell'approntare questa edizione italiana il curatore ha inteso proporre i contributi che meglio rappresentano la proposta teorica di Susan Fiske e nel contempo valgono a illustrare alcune delle tematiche più importanti della *social cognition*.

LUCIANO ARCURI

La cognizione sociale: comprendere gli altri

Quando Federico Peña, già ministro dell'Energia nell'Amministrazione Clinton, diventò sindaco di Denver, offrì un pranzo ufficiale. La lista degli ospiti comprendeva molte personalità ricche e influenti della California meridionale. Il sindaco, nel suo smoking nuovo fiammante, era in piedi accanto alla porta quando uno degli ospiti lo apostrofò con le parole: «Cameriere, un drink». Un momento dopo, un funzionario comunale lo chiamò: «Signor sindaco...». L'ospite si fece rosso come un peperone e il sindaco Peña pensò bene di proporre un brindisi generale.

Si confronti questa gaffe interpersonale con il caso di Sherlock Holmes che spiega al dottor Watson, nel loro primo incontro, come e perché sapesse che Watson era stato in Afghanistan.

Sapevo che lei veniva dall'Afghanistan. [...] Il filo del ragionamento è stato questo: ecco un signore che ha il tipo del medico, ma l'aria di un militare. Quindi, un medico militare. È appena arrivato dai Tropici poiché è abbronzato; e quello non è il colore naturale della pelle; infatti, i polsi sono chiari. Ha attraversato un periodo di stenti e di malattia, come rivela chiaramente il viso teso e stanco. Ha una ferita al braccio sinistro. Lo tiene in modo rigido e innaturale. In quale zona dei Tropici un medico militare inglese può aver passato tante traversie e riportato una ferita al braccio? Ovviamente in Afghanistan. Questa sequenza di pensieri è durata meno di un secondo [Doyle 1892-1927; trad. it. 1991, 21].

La zona intermedia tra le nostre umanissime gaffe ed i sovrumani poteri deduttivi di un investigatore immaginario come Sherlock Holmes è occupata dagli sforzi che facciamo ogni giorno per comprendere gli altri. La cognizione

sociale è un paradiso e un inferno: è stupefacente che le persone riescano a comprendersi vicendevolmente in una manciata di millisecondi, ma gli errori che di tanto in tanto commettono, avvalendosi di questi stessi processi, possono essere spaventosi.

Tre questioni essenziali sono al centro dei processi di comprensione degli altri: quanto essi siano (o non siano) accurati, fino a che punto siano influenzati dalle aspettative, quanto siano controllati e quanto automatici. Per quel che riguarda l'accuratezza, le persone si accontentano di una comprensione «abbastanza buona»; essa dipende dal grado di conoscenza degli altri, dalle dimensioni in cui si articola la personalità e dal contesto. Spesso le persone ricorrono a scorciatoie che, a volte, funzionano bene. Affidandosi alle aspettative familiari, le persone, nella percezione degli altri, tendono ad essere conservatrici, anche se, quando sono adeguatamente informate e motivate, non hanno difficoltà ad assimilare nuovi dati. Per quel che riguarda il controllo, una persona non sempre può pensare a ciò cui *ha voglia* di pensare, e se, qualche volta, prova a farlo, può ritrovarsi a pensare a ciò cui *ha bisogno* di pensare (per dirla con un altro eminente pensatore inglese, Mick Jagger)¹. Tutto sommato, gli psicologi sociali hanno raggiunto la conclusione che i processi sociocognitivi sono spesso efficaci ma approssimativi. Le persone, sotto l'effetto delle fondamentali motivazioni sociali a comprendere e ad avere fiducia, pensano in fretta, non sempre però nel migliore dei modi.

1. CHE COSA È LA COGNIZIONE SOCIALE?

1.1. Una definizione concettuale

La **cognizione sociale**, in generale, è il processo che permette alle persone di pensare e dare senso a se stesse, agli altri e alle situazioni sociali [Fiske e Taylor 1991]. In particolare, essa riguarda il modo in cui ci formiamo una prima impressione sulla personalità, le emozioni, i ruoli e le identità degli altri, in un processo tanto naturale che spesso non ne siamo neppure consapevoli. Fritz Heider, uno dei pionieri dello studio di quella che è chiamata psicologia ingenua (il modo in cui l'uomo della strada pensa ai propri simili e a se stesso),

¹ Il riferimento è alla canzone dei Rolling Stones *You Can't Always Get What You Want* (Non sempre si può avere quello che si vuole), donde *You can't always think what you want* (Non sempre si può pensare a quello che si vuole) (N.d.T.).

contrappone le descrizioni fenomeniche prodotte dalle persone alle descrizioni causali degli scienziati. Per dirla con Holmes, «per forza d'abitudine, il filo dei miei pensieri si era dipanato così rapidamente nel mio cervello che ero arrivato alla conclusione senza rendermi conto delle tappe intermedie. Ma queste tappe c'erano state» [Doyle 1892-1927, 24; trad. it. 1991, 21]. Lo studio della cognizione sociale analizza le tappe del lavoro dei nostri pensieri sulle altre persone. Che cosa fa sì, ad esempio, che un uomo ci appaia cordiale, responsabile, intelligente, nevrotico o aperto? Che cosa lo fa apparire triste o arrabbiato, un sindaco o un cameriere, un reduce dall'Afghanistan o dalle spiagge della Romagna?

Le persone muovono dal comportamento ad astrazioni quali i sentimenti e i tratti attraverso processi inferenziali di tipo induttivo. Questo capitolo riguarda quei processi più deduttivi per mezzo dei quali le aspettative, le euristiche e gli scopi, frutto d'astrazione, influenzano l'interpretazione dei dati offerti dal mondo sociale.

1.2. Una definizione operativa

Dal punto di vista operativo, gli esperimenti nel campo della cognizione sociale applicano i metodi e le teorie della psicologia cognitiva alla psicologia sociale. La cognizione sociale studia le *strutture* e i *processi cognitivi* – attenzione, memoria, ragionamento, formazione dei concetti – ma in relazione al modo in cui le persone sono percepite. In uno studio, ad esempio [Bargh, Chen e Burrows 1996], alcuni studenti universitari osservavano per breve tempo delle parole associate allo stereotipo della persona anziana – *preoccupato, Florida², vecchio, solitario, grigio*. Successivamente, quando si dirigevano verso l'ascensore, gli studenti camminavano più lentamente, come se stessero «mettendo in pratica» lo stereotipo. In un altro studio compiuto dai medesimi autori, alcuni studenti bianchi osservavano per breve tempo delle facce di neri o di bianchi (prima variabile indipendente), dopodiché venivano (o meno) provocati dallo sperimentatore (seconda variabile indipendente). Gli studenti provocati ed esposti a facce di neri rispondevano in modo più ostile, mettendo con ciò in pratica il loro stereotipo del nero ostile. In un altro studio, degli studenti cui era richiesto di pensare ai loro professori ottenevano risultati migliori in un questionario di cultura generale [Dijksterhuis e van Knippenberg 1998]. In seguito, examine-

² Lo stato dove molti americani trascorrono gli anni della vecchiaia (N.d.T.).

remo queste idee più in dettaglio; per il momento, basti sottolineare che tutti questi ricercatori facevano appello a un fenomeno emerso dalle ricerche della cognizione sociale: le persone, se esposte recentemente ad un concetto, tendono ad applicarlo a nuovi contesti, non tutti ugualmente pertinenti. Come vedremo, il riferimento a questo fenomeno ha permesso di trarre alcune sorprendenti conclusioni sul modo in cui le persone usano le categorie sociali quando pensano a proposito di se stesse e degli altri.

1.3. Le motivazioni sociali di base

Quando cerchiamo di capire gli altri, nulla di strano che la fondamentale motivazione sociale a comprendere venga in primo piano. Ma poiché si tratta di capire altre persone, non già oggetti, la fiducia e il controllo diventano anch'essi importanti.

1.3.1. Comprensione

Le persone pensano agli altri per interagire con loro. La cognizione sociale è una questione pratica [Fiske 1992; 1993b]. William James, uno dei fondatori della psicologia americana e della scuola filosofica del *pragmatismo*, sosteneva che la validità dei concetti risiede nei loro risultati pratici. Per dirla con James, «Il nostro pensiero, dal principio alla fine e sempre, è rivolto all'azione, e possiamo solo fare una cosa alla volta» [James 1890, 960]. Il modo in cui consideriamo le altre persone influenza l'interazione sociale (per esempio, la decisione di come rivolgerci al nostro capo per chiedergli un favore), ma è anche influenzato dall'interazione sociale (conversazione dopo conversazione, il dipendente affina la sua conoscenza del capo) [Jones e Thibaut 1958]. L'ospite del pranzo ufficiale si dava poco pensiero del presunto cameriere, ma probabilmente i membri dello staff del nuovo sindaco avevano il sindaco Peña al centro dei propri pensieri (e ben difficilmente lo avrebbero preso per un cameriere). Fin dagli albori della disciplina, la psicologia sociale ha studiato la cognizione sociale quotidiana delle persone, sia come prodotto fondamentale dell'interazione sociale, sia come sua causa fondamentale.

Quando la cognizione sociale è il risultato dell'interazione sociale, ad esempio, le persone raccolgono dati su altre persone, ma i dati riflettono il ruolo attivo dell'osservatore. Uno dei primi studi a riguardo [Dornbusch *et al.* 1965] era fondato sull'ipotesi che l'impressione globale fosse il risultato della prospettiva della particolare persona che percepisce *almeno tanto quanto* era il risultato del-

le caratteristiche della persona che è percepita. Altrimenti detto: i giudizi dati da un soggetto su due diverse persone possono avere più cose in comune dei giudizi dati da due soggetti su una singola persona, perché la persona che percepisce può descrivere le altre secondo le proprie abitudini e preferenze.

Nello studio in questione, i bambini di un campeggio estivo, d'età compresa tra 10 e 11 anni, erano intervistati sui loro compagni di tenda, con i quali avevano vissuto per 2-3 settimane. Le domande avevano forma aperta: «Parlami di _____». I ricercatori assegnavano un punteggio alle descrizioni sulla base di varie categorie, ad esempio i tratti *ordinato/trascurato*. Come mostra la tabella 1.1, il grado di sovrapposizione riferito a una singola persona percipiente (un bambino che descriveva due diversi bambini) era maggiore (57%) del grado di sovrapposizione riferito a una singola persona percepita (due diversi bambini che descrivevano lo stesso bambino: 45%). Come riferimento, si consideri che il grado di sovrapposizione medio tra due bambini qualsiasi che ne descrivevano due altri qualsiasi era del 38% – probabilmente il grado di sovrapposizione dovuto alla comune cultura del campeggio. Almeno in alcune circostanze, perciò, l'individuo percipiente concorre grandemente alle proprie percezioni. Nella vita quotidiana le persone contribuiscono attivamente alle proprie impressioni attribuendone struttura, stabilità e significato alle altre persone e alle loro interazioni, e possono esservi dimensioni o categorie abituali cui esse ricorrono regolarmente. Ritorniamo su questo punto alla fine del capitolo.

Gli esseri umani sono intrinsecamente complessi, e il pensare l'uno all'altro nel fluire dell'interazione complica vieppiù il lavoro percettivo. Per far fronte a tanta complessità, le semplificazioni sono inevitabili. L'idea dell'uomo come **economizzatore cognitivo** (*cognitive miser*) [Fiske e Taylor 1984] descrive il modo nel quale le persone salvaguardano le proprie (scarse) risorse mentali quando cercano di comprendere gli altri. In breve, piuttosto che star lì a pensare e ripensare alle altre persone, usiamo spesso dimensioni o categorie abituali.

TAB. 1.1. Contributo alle impressioni da parte della persona che percepisce e di quella percepita

Persona che percepisce	Stessa	Differente	Differente
Persona percepita	Differente	Stessa	Differente
Chi descrive chi	1 descrive 2	2 descrive 1	2 descrive 2
Sovrapposizione tra descrizioni	57%	45%	38%

Un numero più grande indica una più alta percentuale di categorie sovrapposte nelle due descrizioni specificate.

Fonte: DORNBUSCH *et al.* [1965].

La nostra prima, automatica impressione come pure le nostre aspettative più collaudate sono scorciatoie che facilitano la comprensione. Il mondo è troppo complicato e le persone sono troppo facilmente sopraffatte dal carico conseguente per poter stare sempre e perfettamente all'erta, specialmente quando si tratta di formarsi impressioni a partire dalle interazioni sociali.

La cognizione sociale governa anche l'interazione sociale [Fiske 1992; 1993b]. «La relativa scorrevolezza della vita di tutti i giorni rispecchia il fatto che ciascuno, in una certa misura, è consapevole di quel che gli altri fanno, sentono, vogliono e si accingono a fare». Questa classica osservazione [Tagiuri e Petrullo 1958, ix] rimanda alla tesi di James secondo la quale «il pensiero è rivolto all'azione». Nella cognizione sociale, le persone devono bilanciare le limitazioni del sistema cognitivo (che fanno economizzare le risorse cognitive) con la scorrevolezza dell'interazione sociale (la coordinazione quotidiana tra gli individui). Questo bilanciamento mostra che nel pensiero sociale occorre essere **tattici motivati** (*motivated tacticians*) [Fiske e Taylor 1991]. In altri termini, in funzione della motivazione, le persone passano da tattiche «spicce e sporche» (*quick and dirty*), cognitivamente economiche, a strategie di formazione delle impressioni più meditate e minuziose. La profondità della riflessione dipende dalla situazione sociale. Quando ci formiamo un'impressione di un professore, riflettiamo più approfonditamente se pensiamo di seguire il seminario di quel professore, più superficialmente se non intendiamo frequentare le sue lezioni. Né sarebbe possibile riflettere a fondo su tutti i professori nei quali ci imbattiamo! La nozione di «tattico motivato» rispecchia questa regolazione della cognizione sociale all'opera nell'interazione sociale.

La cognizione sociale è importante soprattutto perché comprendere ciò che gli altri fanno, sentono, desiderano e intendono può determinare le nostre reazioni. L'adattamento sociale mostra che ci siamo evoluti in un contesto di vita condivisa. Essere parte di un gruppo sociale richiede la capacità di capire le altre persone in modo tale da interagire adeguatamente. La comprensione non deve per forza essere perfetta e completa fin nei dettagli; è sufficiente che sia «abbastanza buona» e, in particolare, coerente e semplice. Determinare i sentimenti di un'altra persona è d'aiuto per trattare con quella persona. Ad esempio, quando è di luna storta, il professor Tremarella ha il castigo facile, è scorbutico e fa interrogazioni a sorpresa: per uno studente sarà bene tenere presente l'umore del professore. Oppure immaginate di dover fare una ricerca insieme a un altro studente. Che succederebbe se decidesse improvvisamente di abbandonare il lavoro? Conoscere il comportamento, le passioni, i desideri e i piani di quella persona è ovviamente importante.

Comprendere gli altri è fondamentale nei gruppi non meno che nelle interazioni a due. Si immagini la prima riunione di un gruppo. Mano a mano che le prime persone arrivano, si chiederanno: «Chi sono tutte queste persone in questa stanza? Chi è espansivo, chi riservato? Chi vorrà prendere le redini della situazione? Chi è imprevedibile, chi affidabile? Chi si occuperà dei verbali delle riunioni? Chi è divertente? Su chi potrò contare per sapere quello che succede dietro le quinte? Chi si dimostrerà ambiguo e forse infido?». La cognizione sociale influenza ed è influenzata dall'interazione sociale. Da questo punto di vista, la cognizione sociale è al centro della vita sociale umana. Il modo in cui le persone comprendono gli altri contribuisce a renderle felici o infelici.

1.3.2. Controllo

Le persone si sforzano di capire quello che succede loro per predirne l'esito e magari per controllarlo. Molti degli studi sul tema della comprensione al servizio dell'interazione rivelano anche il desiderio di controllo delle persone. La motivazione al controllo emergerà però in tutta evidenza alla fine del capitolo, quando parleremo degli sforzi che le persone fanno per controllare i propri pensieri (cosa più difficile di quanto non si creda) e di come le azioni rivolte al controllo influenzano il modo in cui pensiamo agli altri.

1.3.3. Fiducia

La comprensione (insieme, in minor misura, al controllo) è la motivazione sociale più studiata nell'ambito della cognizione sociale. Tuttavia, anche la motivazione ad avere fiducia percorre da cima a fondo, sottotraccia e perciò raramente riconosciuta, la cognizione sociale. Quando le persone pensano agli altri, la fiducia diventa cruciale. Questa motivazione è il riflesso di due assunti: gli altri, di solito, sono buoni; un comportamento cattivo inaspettato richiede attenzione immediata. Forse la sintesi migliore è che le persone «si fidano, ma tenendo gli occhi bene aperti».

In primo luogo, si consideri l'assunto che gli altri siano di solito buoni, il **bias di positività** (*positivity bias*): Le persone si aspettano che gli altri siano abbastanza competenti, simpatici e onesti – in altri termini degni di fiducia. Molti dati comprovano l'idea che la maggior parte delle persone si aspetta, *ceteris paribus*, benevolenza dagli altri. Un intero libro [Matlin e Stang 1978] documenta il «principio di Pollyanna»: le persone cercano ciò che è piacevole ed evitano ciò che è spiacevole, comunicano le buone notizie più spesso di quelle cattive, giudicano gli eventi piacevoli più probabili di quelli spiacevoli, ricordano le esperienze di vita piacevoli più accuratamente di quelle spiacevoli, si considera-

no migliori della media e più felici che infelici, e si valutano positivamente l'un l'altro. Inoltre, i tratti desiderabili sono ritenuti più comuni di quelli indesiderabili [Rothbart e Park 1986].

In un fenomeno noto come **bias di positività della persona** (*person positivity bias*) [Sears 1983], le persone sono valutate positivamente rispetto alle entità non umane corrispondenti. Per esempio, gli studenti valutano i singoli professori più favorevolmente dei corsi da questi tenuti, e i singoli politici più favorevolmente dei politici in generale. In entrambi i casi, le singole persone ottengono maggior successo del corso impersonale o del gruppo stereotipico. Nel caso del corso, è sorprendente che gli studenti preferiscano il professore al corso: così facendo, valutano la stessa esperienza in due modi diversi. Nel caso dei politici, la media complessiva dei singoli politici dovrebbe uguagliare la valutazione dei politici come gruppo; ciò però non accade, perché le persone valutano ciascun membro più favorevolmente di quanto non valutino il gruppo nella sua totalità.

In termini operazionali, il valore medio psicologico delle aspettative che abbiamo sugli altri non coincide con il valore medio aritmetico. Ciò si riflette nelle nostre valutazioni. Per esempio, su una scala da 1 a 9, la maggior parte delle valutazioni su una singola persona saranno pari a 5 o superiori, cosicché il punteggio psicologicamente neutro non è 5 (il punto medio aritmetico), ma 6 o 7. Questo bias di positività è all'opera, ad esempio, quando gli studenti si danno voti l'un l'altro. Quasi nessuno è semplicemente nella media; come nell'immaginaria città di Lake Wobegon, creata dall'umorista Garrison Keillor, «tutti sono al di sopra della media».

Il bias di positività non si applica solo alle aspettative sulle altre persone; si estende all'aspettativa generale che gli eventi della vita «finiscano bene». Quando le persone immaginano gli esiti di questo o quell'evento, le loro aspettative generali amplificano la frequenza attesa degli eventi positivi rispetto a quelli negativi [Parducci 1968]. Come si vede nella figura 1.1, la maggior parte degli eventi attesi ricade tra quelli di segno positivo. Alle persone (ai nordamericani, quantomeno) il futuro appare inequivocabilmente roseo [Ross e Newby-Clark 1998]. Nella maggior parte delle lingue, i termini positivi soverchiano in numero i termini negativi [Zajonc 1998].

L'assunzione di positività, dunque, è chiaramente presente nelle aspettative che abbiamo sulle esperienze esistenziali, ma dalle persone ci aspettiamo cose positive più ancora che dagli eventi in generale. Una visione positiva promuove l'esplorazione e la curiosità, favorisce l'avvicinamento piuttosto che l'evitamento, e incoraggia l'interazione con gli altri e con l'ambiente. L'apertura e la fiducia facilitano la scoperta e il contatto con gli altri.

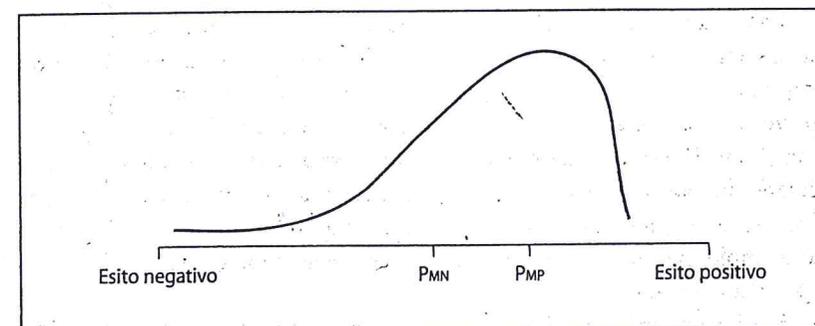


fig. 1.1. Distribuzione ipotetica degli esiti degli eventi della vita, che mostra come il punto medio psicologico (PMP) non coincida con quello numerico (PMN).

Fonte: PARDUCCI [1968].

Accanto al bias di positività, la fiducia porta con sé, come corollario, la **vigilanza**, un'acuta sensibilità verso ciò che è negativo. Gli attributi e i comportamenti negativi degli altri richiedono attenzione immediata. Esplorare un bosco è una gran bella cosa, ma un fungo cattivo (perché velenoso) ci può guastare la giornata [Kanouse e Hanson 1972; Peeters e Czapinski 1990]. Come può fare un amico cattivo. Un'acuta sensibilità per le caratteristiche e i comportamenti negativi, non appena si manifestano, ci protegge da ogni sorta di danno, fisico o psichico. L'assunzione di positività (che rende possibile l'esplorazione, la ricerca di informazioni, la conoscenza degli altri) è dunque controbilanciata dalla vigilanza.

Non v'è dubbio che i comportamenti negativi catturino la nostra attenzione. Per esempio, in un esperimento [Fiske 1980], i partecipanti si formavano impressioni di altre persone a partire da diapositive che rappresentavano queste ultime come più o meno socievoli verso gli amici, nonché come più o meno attive per una buona causa (la lotta contro la pornografia infantile). Perciò, una variabile indipendente era il grado di socievolezza, l'altra il grado di responsabilità sociale. I partecipanti controllavano l'avanzamento delle diapositive agendo sull'interruttore del proiettore, cosicché era possibile registrare per quanto tempo essi osservassero i comportamenti positivi e negativi illustrati dalle diapositive (variabile dipendente). Non solo le persone osservavano più a lungo i comportamenti negativi (azioni non socievoli o non generose), ma osservavano tanto più a lungo i comportamenti quanto più essi erano negativi (azioni rozze e sgarbate o schiettamente egoistiche). I comportamenti che più attiravano l'attenzione influenzavano anche maggiormente le impressioni successive delle persone.

La vigilanza verso le parole che designano caratteristiche di personalità negative sembra essere automatica [Pratto e John 1991]; le persone impiegano più tempo per elaborare parole come *sadico*, *gretto* e *ostile* rispetto a parole come *gentile*, *sincero* e *intelligente*. Nelle descrizioni in forma aperta di un'altra persona [Vonk 1993], i comportamenti negativi inaspettati (ad esempio, per una persona simpatica, ordinare la bevanda più costosa quando qualcuno offre da bere a tutti) avevano un peso maggiore dei comportamenti positivi inaspettati (ad esempio, per una persona antipatica, correre ad abbracciare un amico che ha superato un esame difficile).

Vi sono due spiegazioni strettamente connesse, capaci di rendere conto dell'acuta sensibilità per i cattivi comportamenti e i tratti più sgradevoli. Gli eventi negativi, se sono percepiti come rari, dovrebbero fornire più informazioni sull'individuo: in quanto rari, differenziano la persona dalla norma [Fiske 1980]. Inoltre, gli eventi negativi potrebbero anche essere più «diagnostici», cioè permettere una più attendibile classificazione di una persona in questo o quel tipo, indipendentemente dalla norma [Skowronski e Carlston 1989]. Il comportamento onesto, per esempio, non è poi così informativo a breve termine; può essere mostrato tanto dagli onesti quanto dai disonesti. Il comportamento disonesto, invece, colloca l'attore, immediatamente e in pieno, nella categoria dei disonesti. Il principio non vale sempre; il valore diagnostico del comportamento negativo è maggiore per le caratteristiche interpersonali, come la cordialità o la moralità, minore per le abilità. Detto in soldoni, le persone intelligenti fanno stupidaggini più spesso di quanto gli stupidi non facciano cose intelligenti [Reeder e Brewer 1979].

Com'è possibile che le persone si aspettino sempre eventi positivi, data la loro costante vigilanza verso quelli negativi? Di fronte a eventi negativi, le persone mobilitano, per valutarli e contrastarli, risorse fisiologiche, cognitive, emotive e sociali; non sono però in grado di mantenere continuamente un elevato livello d'allerta. Perciò, tendono rapidamente a minimizzare ciò che è negativo, ripristinando un livello di base più positivo [Taylor 1991]. Tra i meccanismi che permettono di minimizzare l'impatto a lungo termine degli eventi avversi vi sono i bias positivi, l'effetto moderatore di eventi simultanei, la capacità di cavare il bene dal male, il trovare una giustificazione per alcuni esiti negativi. Tendiamo a pensare che il turbamento prodotto da eventi esistenziali negativi durerà per chissà quanto tempo, e a sottostimare la rapidità con cui, in realtà, torniamo a goderci la vita [Gilbert *et al.* 1998; Wilson *et al.* 2000] (vedi cap. 2). In particolare, ricostruire la propria fiducia verso gli altri è cruciale per le vittime di traumi, e il fatto che esse vi riescano dimostra la capacità di ripresa delle persone [Janoff-Bulman 1992].

1.4. Sommario

La cognizione sociale è costituita dai processi attraverso i quali gli individui cercano di comprendere e dare senso agli altri. In termini operazionali, ciò richiede agli psicologi sociali di adattare le teorie cognitive e le relative metodologie alle esigenze delle proprie ricerche. La comprensione degli altri è una questione pragmatica: essa influenza ed è influenzata dalle interazioni sociali. Il controllo discende dalla comprensione. Importante è anche la motivazione ad avere fiducia: ci aspettiamo che gli altri siano socialmente buoni; il cattivo comportamento suscita immediatamente attenzione e riflessione.

Se il pensiero è effettivamente rivolto all'azione, come affermava James, e se il pensiero sociale è rivolto all'azione sociale, come sostengono gli studiosi della cognizione sociale, si possono trarre tre conclusioni. La cognizione sociale deve essere *accurata* quanto basta per guidare le nostre interazioni quotidiane. Dobbiamo avere *strutture* adeguate per organizzare e prevedere tali interazioni. Infine, la cognizione sociale deve essere abbastanza *flessibile* per mutare al mutare degli scopi e delle circostanze. La ricerca sulla cognizione sociale, come vedremo, affronta ciascuno di questi temi.

2. ACCURATEZZA: ACCONTENTARSI DI UNA COMPRESIONE «ABBASTANZA BUONA»

La cognizione sociale fa talvolta cilecca, come illustra l'imbarazzante storia dell'ospite che scambiò il sindaco per un cameriere (vedi l'inizio del capitolo). Un errore del genere appare particolarmente grossolano se confrontato con l'impeccabile logica di Sherlock Holmes.

D'altro lato, la maggior parte delle volte il supposto cameriere è un cameriere davvero. Anche se non siamo perfettamente razionali e accurati, non perciò costruiamo realtà illusorie totalmente slegate dal mondo esterno. Non combineremmo nulla se fraintendessimo ad ogni piè sospinto l'uno il ruolo sociale dell'altro. Analogamente, mal giudichiamo a volte la personalità delle altre persone, come quando il simpatico sconosciuto risulta essere un artista della truffa, o il terribile boss rivela un cuore d'oro. Nondimeno, nella maggior parte dei casi, le persone sono accurate quanto basta per gli scopi della vita quotidiana. Gli psicologi sociali lo hanno verificato nello studio dell'accuratezza delle impressioni e dei giudizi.

2.1. L'accuratezza delle impressioni

Le persone, di solito, affermano di essere buoni giudici della personalità altrui. Vogliono dire, in genere, che le loro impressioni sono accurate. Tuttavia, quel che gli psicologi intendono per accuratezza è qualcosa di più preciso e complesso di quel che s'intende comunemente. Gli psicologi sociali hanno analizzato le componenti interpersonali dell'accuratezza ed hanno studiato l'accuratezza in funzione della conoscenza degli altri, delle dimensioni della personalità e del contesto.

2.1.1. Accuratezza: di chi nei confronti di chi?

I ricercatori hanno analizzato l'accuratezza nelle sue componenti interpersonali. Per esempio [Kenny 1991; Kenny e Albright 1987], non v'è dubbio che certuni possano essere migliori giudici della personalità di un'ampia varietà di persone, che è quanto comunemente s'intende per accuratezza. Vi sono poi persone che possono essere giudicate con maggiore accuratezza di altre da parte di una varietà di giudici. In parole povere, certe persone sono più «decifrabili» di altre. E non solo: a volte un particolare giudice può decifrare benissimo una particolare persona, ma questa sua abilità può non applicarsi ad altri. Si immagini, ad esempio, una coppia nella quale un coniuge è sintonizzato perfettamente con l'altro, non però con il resto del mondo. Detto in termini statistici, l'accuratezza può rispecchiare un effetto principale del giudice, un effetto principale della persona giudicata, o la loro interazione.

In tutti e tre i casi, ci si potrebbe chiedere: accurato rispetto a che cosa? Accuratezza, di solito, significa conformità ad un parametro o un **criterio**, ma il criterio appropriato non è sempre evidente [Kruglanski 1989]. Un criterio esterno non è sempre preferibile rispetto a un criterio personale. Ad esempio, amici e parenti potrebbero raccomandarvi concordemente di sposare una certa persona, ma voi potreste non provare alcun sentimento per quella persona. Quale sarebbe il criterio da seguire? Spesso, in casi meno personali, il raggiungimento di un consenso, un accordo, all'interno di un gruppo, fa le veci dell'accuratezza [Funder 1987], specialmente quando si tratta di giudicare le caratteristiche di personalità di qualcuno; due persone possono convenire che un particolare individuo è estroverso. Ma il punto è: parliamo di consenso tra due osservatori esterni o di consenso tra un osservatore e la persona giudicata? Se gli osservatori e la persona giudicata sono in disaccordo, a chi affidarsi? E a chi affidarsi, se gli esperti non concordano con l'opinione condivisa dai più?

La risposta dipende dal particolare problema incontrato. Ciascuno di noi potrebbe essere il giudice più affidabile dei propri pensieri e sentimenti [Andersen 1984]; un osservatore esterno potrebbe giudicare con la massima accuratezza le caratteristiche osservabili, come l'estroversione [Park e Judd 1989]; un esperto potrebbe essere il miglior giudice di caratteristiche come la stabilità emotiva.

2.1.2. Accuratezza e conoscenza degli altri

Quando ci formiamo un'impressione di una persona, l'accuratezza dell'impressione non può che aumentare col tempo e con la conoscenza di quella persona – questa sembra un'affermazione ovvia, ma, sorprendentemente, può non essere vera. Come mostra una rassegna di 32 studi sull'accordo tra giudici diversi circa la personalità di un individuo, il consenso non aumenta con la conoscenza [Kenny *et al.* 1994]. Perché la conoscenza faccia aumentare il consenso, i giudici dovrebbero osservare una quantità crescente di comportamenti sovrapponibili, coerenti e non ambigui; ma questo non è necessariamente quel che accade. In circostanze mutevoli (osservazioni differenti, comportamenti incoerenti o ambigui), la conoscenza non fa aumentare il consenso. Si può concludere che forse la conoscenza non accresce sempre e comunque l'accuratezza.

Come spiegare questa conclusione? Una possibilità è che l'accuratezza sia alta fin dall'inizio. Le persone, in effetti, sono molto accurate nell'osservazione di *esigui campioni di comportamento*, sottili porzioni di comportamento espresse estratte dal fluire dell'interazione. Anche la più breve esposizione a una persona sconosciuta della quale non sappiamo nulla consente valutazioni sorprendentemente accurate. Sono stati passati in rassegna studi nei quali il criterio di accuratezza era dato da campioni di comportamento oggettivamente osservabili o da valutazioni di esperti. Alcune delle valutazioni erano di tipo clinico (coinvolgimento del paziente, ansia, depressione), altre di tipo sociale (efficacia dell'insegnamento, status sociale, pregiudizi), altre ancora erano focalizzate sul possibile inganno messo in atto dall'individuo. L'esame di 38 studi indipendenti [Ambady e Rosenthal 1992] mostrava che l'accuratezza dei giudici era vicina ad una correlazione di 0,39 (da media ad elevata, secondo il metro delle scienze sociali), e questa considerevole accuratezza di giudizio era basata su campioni di comportamento osservati per non più di cinque minuti. Di più: l'accuratezza non era influenzata dal fatto che le osservazioni durassero 30 secondi appena o cinque minuti buoni. Questa accuratezza in **condizioni di conoscenza nulla** (*zero-acquaintance accuracy*) restava invariata sia che il comportamento fosse osservato in laboratorio, sia che fosse osservato in un contesto naturale.

TAB. 1.2. Accuratezza del giudizio in canali differenti

CANALE	CORRELAZIONE CON UN CRITERIO OGGETTIVO
Viso + corpo	0,54
Viso + linguaggio	0,41
Viso	0,40
Linguaggio	0,36
Corpo + linguaggio	0,33
Trascrizioni	0,29
Corpo	0,28
Viso + corpo + linguaggio	0,28
Tono di voce	0,26

Correlazioni maggiori indicano una maggiore accuratezza.

Fonte: AMBADY e ROSENTHAL [1992].

La tabella 1.2 illustra il variare del grado di accuratezza al variare del canale di comunicazione; la comunicazione faccia a faccia è la più efficace, ma anche le trascrizioni si dimostrano utili. Da esigui campioni di comportamento si possono trarre predizioni riguardanti vari ambiti: valutazioni didattiche, prestazioni lavorative, risultati di interviste, qualità di una relazione, orientamento sessuale e personalità [Ambady, Bernieri e Richeson 2000]. L'accuratezza a conoscenza nulla si osserva, infine, anche nei giudizi interculturali tra partecipanti americani e cinesi, che mostrano anch'essi un elevato grado di accuratezza reciproca [Albright *et al.* 1997].

L'accuratezza della percezione sociale a conoscenza nulla può riflettere certe variabili fisiche [Zebrowitz e Collins 1997]. Ad esempio, sia un dato fisico (rapidità di movimento) sia un tratto di personalità (estroversione) possono avere la stessa origine sottostante di natura biologica (livello di attivazione). L'apparenza esteriore e un tratto possono avere anche la stessa causa ambientale, come quando lo status socioeconomico (occupazione) sottende sia caratteristiche fisiche (peso) sia caratteristiche comportamentali (modo di alimentarsi, esercizio fisico). Inoltre, l'aspetto fisico può influenzare caratteristiche psicologiche e viceversa, e consentire inferenze accurate. Un temperamento aggressivo, ad esempio, può tradursi in qualche cicatrice in faccia o un naso da pugile. Al contrario, se è fisicamente attraente, una persona può sentirsi più sicura di sé: Per un verso o per l'altro, dunque, l'aspetto esteriore e la realtà psicologica possono talvolta corrispondere, consentendo, in fin dei conti, di giudicare il monaco dall'abito.

Anche se le persone possono essere molto accurate in condizioni di conoscenza nulla, non è sbagliato osservare che la conoscenza, talvolta, può accrescere

re l'accuratezza (definita in termini di consenso dell'osservatore con la persona giudicata e i suoi pari), benché forse per ragioni estrinseche. Ad esempio, Stinson e Ickes [1992] hanno osservato che degli amici (maschi) erano più accurati di individui che non si conoscevano (pure maschi) nell'inferire pensieri ed emozioni l'uno dell'altro. Naturalmente, ciò potrebbe dipendere dal fatto che si conoscevano più a fondo, ma anche dal fatto che, essendo amici, avevano personalità più simili rispetto a due estranei. In un altro studio [Paunonen 1989], i partecipanti erano reclutati insieme con un amico stretto e poi fatti sedere con altre 6-12 persone intorno ad un tavolo; i partecipanti valutavano la propria personalità e quella di un altro individuo, al quale erano abbinati in modo casuale. Il grado di conoscenza andava perciò dall'amicizia stretta alla totale estraneità. Il grado di conoscenza permetteva di predire il grado di accordo tra l'autovalutazione e la valutazione dei pari, ma anche in questo caso la somiglianza è una possibile spiegazione alternativa.

2.1.3. Accuratezza su dimensioni differenti

L'accuratezza può variare lungo diverse dimensioni della personalità. Le più semplici descrizioni di personalità riguardano generalmente la **piacevolezza sociale** (*social likeability*) e la **competenza nello svolgimento di compiti** (*task competence*) [Rosenberg e Sedlak 1972]. Altre e più complesse descrizioni [John 1990] rispecchiano cinque dimensioni, dalla più alla meno importante:

- estroversione;
- gradevolezza;
- coscienziosità;
- stabilità emotiva o nevroticismo;
- apertura mentale.

Queste dimensioni sono ampiamente diffuse, e si possono osservare, con lievi variazioni, oltre che nella lingua inglese, in altre lingue germaniche e in alcune lingue neolatine e asiatiche.

Che le dimensioni pertinenti siano 2, 5 o 107, resta che l'accuratezza è maggiore per le dimensioni più osservabili e sociali (estroversione, gradevolezza) di quanto non sia per le dimensioni meno osservabili e più orientate alla competenza (coscienziosità, apertura mentale). Alcuni tratti, come l'estroversione, sono valutati più facilmente di altri, come abbiamo già visto. In uno studio [Ambady, Hallahan e Rosenthal 1995], i partecipanti ad una scuola estiva sedevano intorno ad un grande tavolo in gruppi di 3-7 individui; dovevano compilare questionari e sottoporsi a due test audiovisivi di sensibilità verbale e non verbale. I partecipanti, inoltre, valutavano se stessi e gli altri

partecipanti facendo riferimento a raggruppamenti di tratti che riflettevano estroversione, gradevolezza, stabilità emotiva e coscienziosità. In questo studio, il criterio di accuratezza era l'accordo individuo giudicato-giudice: se un giudice tendeva a concordare con l'autovalutazione degli individui giudicati, era considerato relativamente accurato. Lo studio ha mostrato che le persone più socievoli ed estroverse sono più facili da decifrare, cioè sono giudicate più accuratamente.

2.1.4. Accuratezza in contesti differenti

Il contesto influenza l'accuratezza. Le persone possono essere accurate in alcuni contesti ma non in altri, in accordo con una prospettiva pragmatica [Swann 1984]. Le persone, ad esempio, possono mostrare un'accuratezza circoscritta: possono essere accurate nei confronti di una particolare persona nello specifico contesto nel quale le due persone interagiscono (per esempio, sul lavoro), ma forse non in altri contesti (per esempio, a casa). Le persone scelgono anche di interagire con persone cui somigliano, e in tal modo accrescono la loro accuratezza nel contesto di quella relazione. Inoltre, le persone lanciano deliberatamente segnali circa la loro identità in un particolare contesto (una borsa da medico, una cassetta da falegname, la T-shirt di un college, il distintivo di un partito politico); tali segnali possono accrescere anch'essi l'accuratezza. In una singola interazione, una persona può anche influenzare l'altra perché si conformi a una predizione; come vedremo, le aspettative possono produrre proprio i risultati attesi.

Un certo grado di accuratezza facilita particolari interazioni in particolari contesti. Conoscere i propri specifici interlocutori è importante in qualunque interazione, e consente una coordinazione sia verbale sia non verbale. Per esempio [Fussell e Krauss 1989; Krauss e Fussell 1991], i parlanti elaborano le loro spiegazioni tenendo conto delle conoscenze dell'ascoltatore, cosa che facilita la comprensione in quel contesto. Il problema è che le persone generalmente non sono accurate quanto credono d'essere. Di più: le persone attribuiscono agli altri più distorsioni di giudizio di quanto non facciano con se stesse [Pronin, Lin e Ross 2002].

2.1.5. Sommario

L'accuratezza varia in relazione al giudice, alla persona giudicata e alla loro peculiare combinazione. Il criterio è spesso costituito da autovalutazioni o dal consenso dei pari, ma talvolta sono disponibili misure oggettive o fornite da esperti. Le persone non diventano necessariamente più accurate con l'aumen-

tare del grado di conoscenza; possono essere sorprendentemente accurate già dopo un incontro di pochi minuti. Le dimensioni sociali sono più facili da valutare di quelle associate alla competenza. Anche il contesto è importante, come mostrano sia l'accuratezza circoscritta, sia la capacità delle persone di scegliere o di creare contesti nei quali possano essere più accurate.

Riassumendo, un'accuratezza «abbastanza buona» nella formazione delle impressioni ci consente di navigare nel grande mare dell'interazione sociale senza entrare in collisione o arenarci troppo spesso. Perciò comprendere gli altri è socialmente adattativo. Questa affermazione – che gli studi sull'accuratezza fanno apparire ragionevole – è messa in discussione dagli studi sulle «scorciatoie» cui le persone ricorrono nei processi inferenziali.

2.2. Inferenze ed euristiche

Si considerino questi due esempi di ragionamento.

Un uomo deve incontrarsi con un amico per correre insieme prima dell'alba, perciò va a letto presto e mette la sveglia prestissimo. Quando la sveglia suona, fuori è ancora buio, ma, fin qui, nulla di strano. L'uomo indossa la tenuta da jogging, chiedendosi come mai la cena della sera prima gli pesi ancora tanto sullo stomaco. Aspetta invano l'amico, poi, frustrato, comincia a correre senza di lui, ma anche senza la consueta energia. Torna a casa dove trova la moglie, sconcertata, che gli chiede dove mai fosse andato all'una di notte. Grande confusione di entrambi; infine si rendono conto che a causa di un'interruzione dell'energia elettrica la sveglia doveva essere rimasta indietro di qualche ora, con la conseguente anticipazione di tutto il programma.

Sherlock Holmes giudica il fratello di Watson sulla sola base del suo orologio:

Suo fratello era un uomo disordinato – molto disordinato e trascurato. Dopo la morte di suo padre, aveva delle buone prospettive ma ha buttato al vento le sue occasioni, è vissuto per un certo tempo in ristrettezze economiche, tranne per occasionali, brevi intervalli di prosperità, e infine si è dato al bere, ed è morto.

Ecco la spiegazione di Holmes:

Ho cominciato col dire che suo fratello era trascurato. Se osserva la parte inferiore della cassa di metallo dell'orologio vedrà che non solo è ammaccata in due punti ma è anche graffiata dappertutto per via dell'abitudine di portare nella stessa tasca altri oggetti duri, come monete o chiavi. Non ci vuole certo molto a dedurre che un uomo che tratta con tanta indifferenza un orologio da cinquanta ghinee dev'essere una persona trascurata. Parimenti non è difficile dedurre che un uomo che eredita un oggetto di tanto valore sia ben provvisto sotto altri aspetti.

[Inoltre], in Inghilterra, chi presta a pegno ha l'abitudine, nel caso di un orologio, di graffiare il numero della polizza con una punta di spillo all'interno della cassa. È più pratico di una targhetta e non c'è il pericolo che il numero venga smarrito o sbagliato. All'interno della cassa di questo orologio, la mia lente ha trovato non meno che quattro di questi numeri. Deduzione: suo fratello si trovava spesso in difficoltà finanziarie. Seconda deduzione: occasionalmente, aveva dei momenti di prosperità, altrimenti non avrebbe potuto riscattare il pegno. E infine, osservi la piastra interna, dove si trova il buco della chiave. Guardi le migliaia di graffi intorno al buco – i segni di una chiave che scivola. Uno uomo sobrio avrebbe mai potuto far tanti graffi con una chiave? Ma questi segni compaiono in tutti gli orologi che appartengono a persone dedite all'alcol. Caricano l'orologio la sera e lasciano queste tracce della mano malferma. Che c'è di misterioso in tutto questo? [Doyle 1892-1927; trad. it. 1991, 95-96].

Proprio come quasi tutti si considerano giudici eccellenti del comportamento altrui, benché in realtà siano semplicemente giudici abbastanza buoni, allo stesso modo troppi si reputano ragionatori provetti, quasi fossero altrettanti Holmes. In verità, le persone commettono errori sistematici in abbondanza, e somigliano piuttosto a Watson o allo sventato podista. La principale strategia di ricerca nel campo del ragionamento, del giudizio e della presa di decisione mette in contrapposizione l'abilità che crediamo di avere (Holmes) con il modo in cui prendiamo effettivamente decisioni (il podista). I ricercatori contrappongono i **modelli normativi**, che descrivono il modo in cui idealmente, razionalmente, dovremmo prendere decisioni (esempio paradigmatico: Sherlock Holmes) ai **modelli descrittivi** del modo in cui prendiamo effettivamente decisioni (il caso del podista, che illustra le normali debolezze umane). La distanza tra i modelli normativi e descrittivi rivela gli errori e i bias – le distorsioni sistematiche – della cognizione sociale, così come è avvenuto nel caso dell'attribuzione. Nell'insieme, tendiamo a cercare o interpretare dati e prove in modo da confermare le credenze, le aspettative e le ipotesi che già abbiamo [Nickerson 1998]. Come

vedremo in questo paragrafo, quando facciamo inferenze o formuliamo giudizi commettiamo certi tipi d'errore, e altri errori discendono dalle euristiche che accorciano le vie del processo razionale.

2.2.1. Inferenze

Le persone si trovano continuamente a fare **inferenze** – giudizi che da informazioni limitate conducono a conclusioni incerte. Immaginate che una persona prossima a sposarsi voglia valutare le probabilità che il suo matrimonio finisca in un divorzio. Di fronte alla percentuale di divorzi, che negli Stati Uniti è di circa il 50%, la persona concluderà tuttavia che, con ogni probabilità, «a noi non succederà». In uno studio [Kunda 1987], i partecipanti leggevano la storia di una persona in una delle tre condizioni della variabile indipendente (esito del matrimonio): ancora felicemente sposata, ormai divorziata, esito non noto. Di questa persona, i partecipanti venivano a conoscere varie caratteristiche che avrebbero potuto portare alla prosecuzione del matrimonio o al divorzio: in una condizione, la persona era religiosa, conservatrice, dipendente ed estroversa; la madre era una casalinga, e la persona in precedenza non aveva avuto relazioni serie. In un'altra condizione, la persona era l'opposto (non religiosa, progressista, indipendente, introversa, madre che lavorava, relazione precedente). Qualunque fosse la persona che dovevano giudicare, i partecipanti che condividevano con quella persona un particolare attributo lo consideravano favorevole per le sorti del matrimonio, verosimilmente perché reputavano le proprie caratteristiche predittive di un matrimonio felice. Ad esempio, per i partecipanti che condividevano con la persona giudicata la religiosità, questo attributo era predittivo di un matrimonio stabile; d'altro lato, anche i partecipanti che condividevano con la persona giudicata la non religiosità reputavano questo attributo predittivo di un matrimonio stabile (vedi tab. 1.3). Le persone, evidentemente, costruiscono teorie personali che spiegano il divorzio, ma lo fanno in modo da trarre ragioni di ottimismo per il proprio futuro, in barba alle probabilità. Tali teorie causali contribuiscono alle stime non realistiche (ma adattative) delle persone sulla probabilità di riuscita del proprio matrimonio o su altre esperienze esistenziali (vedi cap. 2).

Tali processi inferenziali seguono fasi differenziate (le holmesiane «tappe intermedie» nel flusso dei pensieri): raccolta dei dati, campionamento, codifica, combinazione delle informazioni. Cominciamo dalla **raccolta dei dati**. Nel considerare la stabilità del matrimonio, ci si potrebbe soffermare su un attributo particolare, ad esempio l'aver avuto in passato una relazione sentimentale seria. Considerare importante questo attributo, naturalmente, presuppone l'aver

TAB. 1.3. Valutazione del contributo di alcune caratteristiche personali alla stabilità del matrimonio

ATRIBUTO DELLA PERSONA GIUDICATA	IL PARTECIPANTE CONDIVIDE L'ATRIBUTO	IL PARTECIPANTE NON CONDIVIDE L'ATRIBUTO
Madre occupata	5,53	4,40
Madre non occupata	4,96	4,48
Relazioni precoci	6,47	5,75
Non relazioni precoci	4,43	3,57
Non religiosa	4,80	4,12
Religiosa	6,81	6,33

Numeri più grandi indicano che l'attributo è ritenuto favorire la stabilità del matrimonio. Sono mostrate solo le differenze statisticamente significative.

Fonte: KUNDA [1987].

avuto una relazione siffatta e la convinzione che essa permetta di predire la buona riuscita di un matrimonio. Si consideri dunque l'ipotesi che avere avuto in passato una relazione sentimentale favorisca il successo di un matrimonio. Data questa ipotesi, quali dati sarebbero pertinenti?

Quasi tutti pensano immediatamente alle persone felicemente sposate che hanno avuto in passato una relazione. Qualcuno si spinge oltre e considera le persone divorziate che non hanno mai avuto prima una relazione, e si ferma lì. Ben pochi considerano le persone divorziate che hanno avuto in precedenza una relazione o le persone sposate che non ne hanno avuta alcuna. Una considerazione esaustiva delle informazioni disponibili chiama in causa quattro tipi di dati [Nisbett e Ross 1980]: tutte le combinazioni tra l'essere sposati o l'essere divorziati e l'aver avuto in passato una relazione o non averla avuta. Il mero numero di casi che confermerebbero l'ipotesi (persone sposate con relazioni precedenti) non è utile quanto conoscere la proporzione relativa di persone sposate e divorziate che hanno (o non hanno) avuto relazioni precedenti. Perciò questo giudizio richiede conoscenze più ampie di quelle normalmente a disposizione. Ma sapere quali tipi di dati raccogliere è solo l'inizio [Crocker 1981].

Il **campionamento** è un passaggio critico. Le persone, sbagliando, possono tenere conto solo dei loro amici – probabilmente un campione non rappresentativo. Possono, erroneamente, non considerare un campione numeroso a sufficienza per garantire l'attendibilità dei dati. Possono, arbitrariamente, scartare una parte del campione quando non concorda con la loro teoria personale. A peggiorare le cose, le persone hanno anche una forte propensione ad ignorare la *probabilità di base*, cioè le statistiche della popolazione. Se la percentuale dei divorzi nella popolazione è in media del 50%, la probabilità di base è la stima migliore per ciascuno di noi, in mancanza di un campione scientifico che ci

riguardi più da vicino. Eppure tendiamo a sottoutilizzare le informazioni riguardanti la probabilità di base, e a preferire gli esempi che ci colpiscono di più [Hamill, Wilson e Nisbett 1980], anche quando è chiaro che non si tratta di casi tipici. La stella dei film per teen-ager che, priva di una normale esperienza di relazioni adolescenziali, passa da un divorzio all'altro, non ha nulla di tipico, eppure è un esempio che resta impresso.

Dopo aver scelto un particolare campione e avere raccolto dei dati, il passo successivo è la loro **codifica** (interpretazione e classificazione). Le aspettative possono indurci a classificare, ad esempio, una separazione come un divorzio o come un matrimonio che prosegue, secondo che l'esempio confermi o contraddica la nostra teoria. In verità, l'uomo comune non codifica i propri dati in modo oggettivo. Inoltre, è probabile che le persone siano fuorviate da valori estremi dei dati (per esempio, sei divorzi), che con ogni probabilità sono scherzi della sorte, eventi casuali che è improbabile si ripeteranno. Le persone non riconoscono il ruolo del caso nel produrre *valori erratici (outliers)*, valori estremi che converrebbe ignorare. Per fare un altro esempio, una prestazione straordinariamente buona (o cattiva) è seguita, con ogni probabilità, da una prestazione più vicina alla media, e non da una prestazione ugualmente eccezionale [Jennings, Amabile e Ross 1982], secondo un fenomeno noto come **regressione verso la media**. Perciò è un errore dare troppo credito ad una prestazione ottima o pessima per predire il futuro.

L'ultimo insieme di trappole potenziali risiede nella **combinazione dei dati**. Dopo avere codificato i dati, per formulare un giudizio occorre combinare le informazioni riguardanti dimensioni diverse. In questo processo c'è spazio per tre errori principali. Anzitutto, certe informazioni sono più diagnostiche (pertinenti e informative) di altre. Logicamente, bisognerebbe usare le informazioni diagnostiche e ignorare le informazioni che non lo sono. Tuttavia, spesso lasciamo che le informazioni non diagnostiche indeboliscano, «diluiscano» le informazioni che lo sono [Nisbett, Zukier e Lemley 1981]. Per esempio, sapere che una persona ha già divorziato due volte dovrebbe essere utile a considerare un matrimonio a rischio, ma il fatto di sapere che quella persona insegna letteratura inglese, ha l'hobby della cucina e ama la musica classica – tutte informazioni non diagnostiche – diluisce la prima informazione e, in un modo o nell'altro, fa apparire meno probabile un terzo divorzio, sebbene ciò non abbia senso logico. Una spiegazione dell'**effetto diluizione** è che le persone utilizzano informazioni che sono diagnostiche solo in certi casi come se fossero pertinenti in tutti i casi. Per esempio in uno studio [Hilton e Fein 1989], le persone chiamate a valutare l'assertività di un individuo erano influenzate da informazioni pseudo-pertinen-

TAB. 1.3. Valutazione del contributo di alcune caratteristiche personali alla stabilità del matrimonio

ATTRIBUTO DELLA PERSONA GIUDICATA	IL PARTECIPANTE CONDIVIDE L'ATTRIBUTO	IL PARTECIPANTE NON CONDIVIDE L'ATTRIBUTO
Madre occupata	5,53	4,40
Madre non occupata	4,96	4,48
Relazioni precoci	6,47	5,75
Non relazioni precoci	4,43	3,57
Non religiosa	4,80	4,12
Religiosa	6,81	6,33

Numeri più grandi indicano che l'attributo è ritenuto favorire la stabilità del matrimonio. Sono mostrate solo le differenze statisticamente significative.

Fonte: KUNDA [1987].

avuto una relazione siffatta e la convinzione che essa permetta di predire la buona riuscita di un matrimonio. Si consideri dunque l'ipotesi che avere avuto in passato una relazione sentimentale favorisca il successo di un matrimonio. Data questa ipotesi, quali dati sarebbero pertinenti?

Quasi tutti pensano immediatamente alle persone felicemente sposate che hanno avuto in passato una relazione. Qualcuno si spinge oltre e considera le persone divorziate che non hanno mai avuto prima una relazione, e si ferma lì. Ben pochi considerano le persone divorziate che hanno avuto in precedenza una relazione o le persone sposate che non ne hanno avuta alcuna. Una considerazione esaustiva delle informazioni disponibili chiama in causa quattro tipi di dati [Nisbett e Ross 1980]: tutte le combinazioni tra l'essere sposati o l'essere divorziati e l'aver avuto in passato una relazione o non averla avuta. Il mero numero di casi che confermerebbero l'ipotesi (persone sposate con relazioni precedenti) non è utile quanto conoscere la proporzione relativa di persone sposate e divorziate che hanno (o non hanno) avuto relazioni precedenti. Perciò questo giudizio richiede conoscenze più ampie di quelle normalmente a disposizione. Ma sapere quali tipi di dati raccogliere è solo l'inizio [Crocker 1981].

Il **campionamento** è un passaggio critico. Le persone, sbagliando, possono tenere conto solo dei loro amici – probabilmente un campione non rappresentativo. Possono, erroneamente, non considerare un campione numeroso a sufficienza per garantire l'attendibilità dei dati. Possono, arbitrariamente, scartare una parte del campione quando non concorda con la loro teoria personale. A peggiorare le cose, le persone hanno anche una forte propensione ad ignorare la *probabilità di base*, cioè le statistiche della popolazione. Se la percentuale dei divorzi nella popolazione è in media del 50%, la probabilità di base è la stima migliore per ciascuno di noi, in mancanza di un campione scientifico che ci

riguardi più da vicino. Eppure tendiamo a sottoutilizzare le informazioni riguardanti la probabilità di base, e a preferire gli esempi che ci colpiscono di più [Hamill, Wilson e Nisbett 1980], anche quando è chiaro che non si tratta di casi tipici. La stella dei film per teen-ager che, priva di una normale esperienza di relazioni adolescenziali, passa da un divorzio all'altro, non ha nulla di tipico, eppure è un esempio che resta impresso.

Dopo aver scelto un particolare campione e avere raccolto dei dati, il passo successivo è la loro **codifica** (interpretazione e classificazione). Le aspettative possono indurci a classificare, ad esempio, una separazione come un divorzio o come un matrimonio che prosegue, secondo che l'esempio confermi o contraddica la nostra teoria. In verità, l'uomo comune non codifica i propri dati in modo oggettivo. Inoltre, è probabile che le persone siano fuorviate da valori estremi dei dati (per esempio, sei divorzi), che con ogni probabilità sono scherzi della sorte, eventi casuali che è improbabile si ripeteranno. Le persone non riconoscono il ruolo del caso nel produrre *valori erratici (outliers)*, valori estremi che converrebbe ignorare. Per fare un altro esempio, una prestazione straordinariamente buona (o cattiva) è seguita, con ogni probabilità, da una prestazione più vicina alla media, e non da una prestazione ugualmente eccezionale [Jennings, Amabile e Ross 1982], secondo un fenomeno noto come **regressione verso la media**. Perciò è un errore dare troppo credito ad una prestazione ottima o pessima per predire il futuro.

L'ultimo insieme di trappole potenziali risiede nella **combinazione dei dati**. Dopo avere codificato i dati, per formulare un giudizio occorre combinare le informazioni riguardanti dimensioni diverse. In questo processo c'è spazio per tre errori principali. Anzitutto, certe informazioni sono più diagnostiche (pertinenti e informative) di altre. Logicamente, bisognerebbe usare le informazioni diagnostiche e ignorare le informazioni che non lo sono. Tuttavia, spesso lasciamo che le informazioni non diagnostiche indeboliscano, «diluiscano» le informazioni che lo sono [Nisbett, Zukier e Lemley 1981]. Per esempio, sapere che una persona ha già divorziato due volte dovrebbe essere utile a considerare un matrimonio a rischio, ma il fatto di sapere che quella persona insegna letteratura inglese, ha l'hobby della cucina e ama la musica classica – tutte informazioni non diagnostiche – diluisce la prima informazione e, in un modo o nell'altro, fa apparire meno probabile un terzo divorzio, sebbene ciò non abbia senso logico. Una spiegazione dell'**effetto diluizione** è che le persone utilizzano informazioni che sono diagnostiche solo in certi casi come se fossero pertinenti in tutti i casi. Per esempio in uno studio [Hilton e Fein 1989], le persone chiamate a valutare l'assertività di un individuo erano influenzate da informazioni pseudo-pertinen-

ti (per esempio, i voti ottenuti a scuola e il reddito), che non sono diagnostiche ai fini di questo giudizio, ma lo sono ai fini di molti altri giudizi. Analogamente, se possono ricorrere a forzature (avendo ricevuto indicazioni sufficientemente elastiche) le persone possono utilizzare elementi di giudizio poco o per nulla giustificabili [Hsee 1996].

Un secondo errore nel combinare le informazioni è la **fallacia della congiunzione**, che consiste nel credere che il manifestarsi contemporaneo di due o più specifiche informazioni sia più probabile del manifestarsi di ciascuna di esse, prese singolarmente. La qual cosa è logicamente impossibile. In uno studio [Leddo, Abelson e Gross 1984], le spiegazioni composte (che adducevano due ragioni) erano giudicate più probabili delle spiegazioni semplici (ossia che adducevano una sola ragione). Ad esempio, dovendo spiegare perché Steve si fosse iscritto all'Università di Dartmouth, i partecipanti ritenevano più probabile che lo avesse fatto *sia* per il prestigio di Dartmouth *sia* perché Dartmouth offriva buoni corsi nella sua disciplina di specializzazione, e meno probabile che lo avesse fatto per l'una o l'altra di queste ragioni prese singolarmente. La spiegazione combinata racconta una storia più convincente sulle motivazioni di Steve, ma, sul piano logico, la probabilità che le due motivazioni valgano assieme non può essere maggiore della probabilità che valga l'una o l'altra motivazione. La probabilità che una persona faccia una cosa per il motivo A e per il motivo B non può essere maggiore della probabilità che faccia quella cosa per l'uno o per l'altro dei due motivi. Analogamente, si consideri la seguente descrizione:

Linda ha trentun anni, non è sposata, è estroversa e molto intelligente. È laureata in Filosofia. Da studentessa era profondamente interessata ai temi della discriminazione razziale e della giustizia sociale e, all'epoca, aveva partecipato a manifestazioni contro il nucleare [Tversky e Kahneman 1983, 297].

In un esperimento, i partecipanti dovevano ordinare una lista di asserzioni che descrivevano che cosa potesse fare oggi Linda. Il caso «impiegata di banca attiva nel movimento femminista» era considerato più probabile del semplice «impiegata di banca». Logicamente, la probabilità che Linda sia un'impiegata di banca femminista non può essere superiore alla probabilità che sia soltanto un'impiegata di banca, ma le persone, spesso, non ragionano così.

Un terzo errore nel combinare le informazioni è quello della **correlazione illusoria**, che consiste nel sovrastimare quanto spesso due eventi abbiano luogo assieme. Per esempio, le persone sovrastimano la frequenza di comportamen-

ti criminali da parte di membri di minoranze etniche, in parte, perché sono due condizioni rare e perciò distintive, e il loro carattere distintivo, quando si presentano assieme, diventa ancor più manifesto. Il medesimo fenomeno percettivo si presenterebbe con un campione formato dall'80% di quadrati e dal 20% di cerchi, con il 90% di figure verdi e il 10% di rosse. I cerchi risaltano, le figure rosse risaltano, e i cerchi rossi finiscono per risaltare di più. Naturalmente, nel caso dei crimini e delle minoranze etniche, le aspettative prodotte dagli stereotipi non fanno altro che amplificare questo effetto percettivo [Hamilton e Rose 1980]. Imprevedibilmente, la fallacia della correlazione illusoria è più presente, in media, nella popolazione americana che non in quella dell'Asia orientale. L'individualismo americano, mettendo in risalto i singoli elementi, può perdere di vista il quadro nella sua totalità. In uno studio [Ji, Peng e Nisbett 2000], i partecipanti cinesi, dovendo giudicare differenze riguardanti schemi di covariazione reali, erano più sensibili e più fiduciosi dei partecipanti americani. Queste differenze venivano meno quando il controllo percepito veniva accresciuto, creando un contesto più occidentale.

Un quarto errore nel combinare le informazioni consiste nel **pesare** le informazioni in modo inappropriato. Quando le persone devono formarsi un giudizio complessivo, non pesano coerentemente e appropriatamente le informazioni che hanno scelto di usare. Come è stato sostenuto [Dawes, Faust e Meehl 1989], vi sono decisioni riguardanti le persone – diagnosi cliniche, prove di ammissione, colloqui di assunzione – che sarebbe meglio fossero prese da un computer programmato per pesare in modo coerente determinati punteggi (per esempio, un tanto per il punteggio del *Graduate Record Examination* – test di ammissione ai corsi di specializzazione post-laurea presso le università statunitensi –, un tanto per la media dei voti scolastici, un tanto per le lettere di raccomandazione). Eppure, coloro che decidono (e coloro che sono oggetto delle decisioni) sono attaccati all'idea che le decisioni dovrebbero essere prese individualmente, sulla base della storia o delle caratteristiche peculiari delle singole persone. Su questo tema hanno infuriato aspre battaglie nella letteratura scientifica, e la questione non è stata ancora risolta. Ma essa è al cuore di un'altra questione: il ruolo appropriato dei modelli normativi (algoritmici) contrapposti ai modelli descrittivi (intuitivi).

Riassumendo, le persone fanno troppo affidamento sulle teorie personali, raccolgono dati incompleti, utilizzano esempi distorti da bias, commettono errori di codifica e combinano in malo modo le informazioni (vedi tab. 1.4). La sequela degli errori e dei bias possibili può sembrare interminabile [Ajzen 1996; Dawes 1998; Fiske e Taylor 1991; Kunda 1999]. A quanto pare, non siamo in

TAB. 1.4. Stadi del processo inferenziale

STADIO	PROCESSO	BIAS COMUNE
Raccolta dei dati	Quali dati sono importanti	Focalizzazione sui casi a conferma
Campionamento	Che cosa è importante osservare	Usare un numero di casi insufficiente. Trascurare le frequenze di base della popolazione
Codifica	Come interpretare e classificare	Affidarsi alle aspettative o ai valori erratici
Combinazione	Come mettere insieme i dati	Diluizione con informazioni non diagnostiche Sovrastimare la frequenza di congiunzioni plausibili Percepire correlazioni illusorie Uso di pesi soggettivi e incoerenti

Fonte: CROCKER [1981].

grado neppure di staccarci dal molo, men che meno di navigare con successo nel mare sociale. Tuttavia, come vedremo più avanti, questi errori e questi bias possono essere contrastati da opportuni contravveleni.

2.2.2. Euristiche

Alcuni schemi inferenziali non passano attraverso gli stadi descritti sopra ma sfruttano scorciatoie, **euristiche**, che permettono stime «spicce e sporche». La ricerca sulle euristiche, forse il tema più celebre nel campo della presa di decisione sociale, è valso ad Amos Tversky e Daniel Kahneman il premio Nobel per l'economia nel 2002. Nella loro principale serie di esperimenti, Tversky e Kahneman [1974] portarono alla luce alcune importanti scorciatoie mentali che, in violazione di un caposaldo della teoria economica classica, contraddicono l'assunto che le persone siano decisori razionali. Gli psicologi sociali hanno fatto proprie queste idee, traendone quattro principi chiave della presa di decisione sociale [Nisbett e Ross 1980], che descriviamo di seguito.

Supponete di dover giudicare se una sequenza casuale sia davvero casuale. Per esempio, quale serie di lanci di una moneta è più probabile: CCTTCT oppure CCCCTTT? Molti risponderanno che è più probabile la prima. In realtà, le singole sequenze sono tutte ugualmente probabili, ma la prima somiglia di più a una sequenza casuale. L'**euristica della rappresentatività**, come è chiamata, influenza la presa di decisione in forza delle apparenze, di esempi più o meno somiglianti alle aspettative prodotte dagli stereotipi (nel caso, l'aspetto che dovrebbe avere una sequenza casuale). Analogamente, l'euristica della rappresentatività può spiegare la fallacia della congiunzione descritta sopra. Linda, che da studentessa era molto interessata alla discriminazione razziale e

alla giustizia sociale, sembra proprio il tipo di persona che potrebbe essere oggi femminista; è insomma rappresentativa di tale categoria, cosicché «impiegata di banca femminista» somiglia più di «impiegata di banca» all'idea che ci siamo fatti di lei. L'euristica della rappresentatività descrive la nostra tendenza ad affidarci alle somiglianze piuttosto che alle probabilità logiche.

L'**euristica della disponibilità** descrive la tendenza a prendere decisioni sulla base della facilità con la quale gli esempi vengono in mente. (C'è una sovrapposizione con la rappresentatività, poiché gli esempi rappresentativi vengono in mente più facilmente, ma quello di disponibilità è un concetto più ampio.) Per esempio, provate a produrre rapidamente il maggior numero possibile di parole di sei lettere della forma ----t-. I più fanno fatica a generare parole siffatte e, se interrogati, rispondono che si tratta di parole relativamente rare. Ma se la richiesta è di produrre invece parole della forma ---ato, vengono in mente molti più esempi, e le persone concludono che queste ultime sono parole più comuni. Venendo a un esempio sociale [Fischhoff *et al.* 1981], si è osservato che le persone sovrastimano la frequenza delle cause di morte più sensazionali (botulismo, tornado, inondazioni) e sottostimano la frequenza delle cause di morte meno sensazionali (diabete, cancro allo stomaco, malattie cardiache). Inoltre, le stime delle cause di morte sono strettamente correlate allo spazio (centimetri-colonna) che i giornali hanno dedicato a ciascun tipo di morte negli ultimi tempi, cioè alla **salienza** nelle notizie di attualità. Gli eventi che vengono in mente con più facilità sono considerati più frequenti. Lo stesso accade quando stimiamo informalmente i divorzi, il tasso di disoccupazione, i livelli medi di istruzione, e così via, a partire dalle informazioni che possediamo sulle persone che conosciamo.

Per comprendere l'**euristica della simulazione**, si consideri la seguente storia:

Due signori, Crane e Tees, devono andare all'aeroporto per prendere due voli diversi ma che partono alla stessa ora. I due partono dal centro della città con la stessa automobile, ma rimangono intrappolati nel traffico e arrivano all'aeroporto trenta minuti dopo l'orario di partenza dei due voli. A Crane viene detto che il suo aereo è partito in orario; Tees scopre invece che il suo volo è stato ritardato e che il suo aereo è partito da soli cinque minuti. Chi dei due è più infastidito? [Kahneman e Tversky 1982, 203].

Quasi tutti rispondono che il più infastidito è Tees. Ma perché? Perché nel suo caso, rispetto al caso di Crane, è più facile immaginare, o simulare mentalmente, un diverso svolgimento degli eventi. Se solo non avessero incontrato tutti quei semafori rossi, se solo il cancello di imbarco fosse stato più vicino, se

solo la partenza dell'aereo fosse stata ritardata di qualche minuto... L'euristica della simulazione riguarda questi «se solo», queste **alternative controfattuali**. Quanto più è facile immaginare modi alternativi in cui gli eventi avrebbero potuto svolgersi – quanto più è facile mutare mentalmente gli eventi sfortunati – tanto più essi ci sembrano tragici. Le persone mutano mentalmente l'azione – tanto più essi ci sembrano tragici. Le persone mutano mentalmente l'azione più che la non-azione, e perciò le loro risposte emotive sono più forti quando una disgrazia è conseguenza di un errore commissivo piuttosto che omissivo [Kahneman e Miller 1986]. Per esempio, le persone si sentono peggio quando dicono cose inappropriate che non quando mancano di dire cose appropriate. Analogamente, i vincitori di medaglia di bronzo alle Olimpiadi sono più felici dei vincitori di medaglia d'argento, perché questi ultimi simulano mentalmente l'oro che avrebbero potuto vincere, mentre le medaglie di bronzo immaginano l'alternativa di non avere vinto nulla [Medvec, Madey e Gilovich 1995].

Per comprendere l'euristica detta di **ancoraggio e aggiustamento**, provate a stimare quante persone sono morte per omicidio negli Stati Uniti nel 1999. Chi non ne abbia idea troverà forse utile sapere quante persone sono state uccise l'anno prima (16.974, secondo l'FBI) e che il tasso di criminalità è diminuito. Quando devono stimare frequenze e probabilità, le persone spesso cominciano da un punto di partenza, di *ancoraggio*, per poi aggiustare il tiro verso l'alto o verso il basso. Questa strategia funziona se l'ancoraggio è accurato e l'aggiustamento è adeguato. Disgraziatamente, le persone possono scegliere male il punto di ancoraggio – per esempio, partire dal numero di omicidi commessi nel loro quartiere – e fare aggiustamenti inadeguati. Anche quando il punto di ancoraggio è buono – come quando sanno che l'anno prima ci sono stati circa 17.000 omicidi, le persone tendono a compiere aggiustamenti insufficienti, restando lontano dai 15.533 che sono la risposta giusta.

Le decisioni possono essere influenzate profondamente da un aggiustamento insufficiente a partire da punti di ancoraggio arbitrari. Ad esempio, in un processo per omicidio, il giudice invita i giurati a considerare anzitutto l'accusa più grave (per esempio, omicidio premeditato), per poi passare, se le prove appaiono insufficienti, all'accusa immediatamente meno grave (per esempio, omicidio preterintenzionale). Partendo dall'accusa più grave, il giudizio è più severo di quanto non sarebbe seguendo l'ordine inverso [Greenberg, Williams e O'Brien 1986].

Le quattro euristiche decisionali – *rappresentatività*, *disponibilità*, *simulazione*, *ancoraggio e aggiustamento* – riguardano tutte il modo in cui le persone di solito stimano le probabilità per formulare giudizi e prendere decisioni (vedi tab. 1.5). Ciascuna euristica costituisce una scorciatoia per stimare una probabilità – una scorciatoia che funziona quasi sempre abbastanza bene. Inoltre, in

TAB. 1.5. Euristiche, definizioni ed esempi

EURISTICA	BASATA SU	ESEMPI
Rappresentatività	Esempi che rassomigliano alle aspettative	Sequenze stereotipiche di lanci di una moneta Impiegata di banca femminista
Disponibilità	Facilità con la quale gli esempi vengono in mente	Parole della forma —t— Cause di morte violenta
Simulazione	Facilità nell'immaginare alternative	Perdere l'aereo Gaffe sociali
Ancoraggio e aggiustamento	Punto di riferimento iniziale e aggiustamento insufficiente	Stima del numero di omicidi Verdetti dei processi per omicidio

ciascun caso, l'euristica stima una probabilità alla luce di quel che è saliente o viene in mente con più facilità. In un certo senso, perciò, tutte e quattro le euristiche possono essere ricondotte all'euristica della disponibilità, che riguarda direttamente la facilità con cui un'informazione si presenta alla mente.

2.2.3. Un'apologia della presa di decisione ordinaria

Si direbbe che gli errori di giudizio, dovuti a bias che distorcono il processo inferenziale o all'uso di euristiche, possano portare le persone completamente fuori strada. Ma può darsi che gli errori non siano così pericolosi, e può darsi, ad ogni modo, che intervengano altri fattori a correggerli [Fiske e Taylor 1991; Payne, Bettman e Johnson 1992; Wilson e Brekke 1994]. E poi, come avremmo potuto evolverci in modo da essere tanto idioti?

Una possibilità è che gli errori siano più apparenti che reali, poiché sono osservati soprattutto in studi di laboratorio, nei quali vengono usati compiti innaturali. Alcuni studi sembrano fatti apposta per far apparire le persone più stupide di quanto non siano. Certo, si può fare in modo che le persone commettano questi errori costruendo una situazione che, in modo sleale, li induca a tanto; ma quanto frequentemente li commettono fuori del laboratorio, nella vita quotidiana?

Inoltre, la situazione può giocare a sfavore dei partecipanti se le informazioni sono presentate in un modo per cui diventa difficile il ricorso ad un modello statistico-normativo. Per esempio, modi diversi di presentare le informazioni possono rendere più difficile (come nel caso dei fascicoli personali) o più facile (come nel caso di tabelle sistematiche) l'estrazione e la combinazione coerente delle informazioni. Alcuni tipi di testo narrativo (come nel caso di un brano ben strutturato) facilitano la comprensione e la combinazione appropriata delle informazioni [Sanfey e Hastie 1998].

Alternativamente, si può pensare che i modelli normativi siano una pietra di paragone inappropriata. Quasi mai le persone operano in condizioni ideali, godendo di informazioni complete e tempo illimitato. A volte, prendere rapidamente una decisione, qualunque essa sia, è la cosa che più conta. Altre volte, sebbene distorti da bias, i giudizi positivi possono essere d'aiuto. Ad esempio, quelle relazioni nelle quali i partner nutrono credenze infondate ma positive l'uno nei riguardi dell'altro tendono a funzionare meglio.

Importanti sono anche le conoscenze specifiche del dominio. Ad esempio, alcuni domini di conoscenza si mantengono più stabili (il menu di una pizzeria) di altri (i trattamenti disponibili contro il cancro). Gli errori possono essere più dannosi in certi domini che non in altri (si considerino di nuovo il menu della pizzeria e la cura del cancro). Tipi diversi di giudizio implicano conoscenze e pesi diversi, in funzione del dominio.

La presa di decisione ordinaria può anche essere difesa sul piano funzionale, cioè per la sua adattabilità. Alcune strategie di presa di decisione possono essersi sviluppate perché capaci di funzionare abbastanza bene la maggior parte delle volte. Per esempio, in un ambiente sociale circoscritto, con un numero limitato di persone simili (l'insieme dei vostri amici), stimare la frequenza dei divorzi sulla base della disponibilità (la facilità con cui i casi di divorzio vengono in mente) può essere abbastanza ragionevole.

La psicologia evolutivista ha combinato il livello delle conoscenze dominio-specifiche e il livello funzionale per sostenere l'esistenza di specifici **moduli** – specifici sistemi inferenziali che prendono il posto dei sistemi più generali quando si tratta di prendere decisioni importanti per la sopravvivenza e la riproduzione [Cosmides 1989; Cosmides e Tooby 1992; Fiddick, Cosmides e Tooby 2000; Pinker 1997]. Per esempio, come abbiamo visto, quando le persone devono decidere quali informazioni cercare, spesso perdono di vista le informazioni appropriate. Molti di questi problemi sono presentati al di fuori di un contesto sociale. Le persone cercano informazioni più appropriate quando si tratta di scoprire se qualcuno sta imbrogliando oppure no, rispetto a quando lo stesso problema logico non è presentato nei termini di un contratto sociale (vedi tab. 1.6). Analogamente, le persone stimano le frequenze meglio delle probabilità, perché la stima delle prime sarebbe più realistica in termini ecologici [Cosmides e Tooby 1996]. Queste tesi, sebbene controverse, sottolineano la possibilità che le strategie di presa di *decisione siano dominio-specifiche e adattative*, a meno che non vengano staccate dal loro contesto originario a fini di ricerca.

Infine, molti errori sono autocorrettivi. Per esempio, come abbiamo visto, le persone sovrastimano la diagnosticità delle prestazioni iniziali estreme (igno-

TAB. 1.6. Ragionamenti con e senza contenuto sociale

VERSIONE	REGOLA DA CONTROLLARE	ISTRUZIONE: RIVOLGERE LE CARTE NECESSARIE A STABILIRE SE L'ASERZIONE È VERA O FALSA	SULLATO ANTERIORE DELLE CARTE	RISPOSTE CORRETTE (%)
Originale [Wason 1968]	Se c'è una D su un lato di una carta, allora c'è un 3 sull'altro lato	D	3	6
Contratto sociale: legge sociale [Cosmides 1989]	Se un uomo mangia tuberi di manioca, allora deve avere un tatuaggio sul viso	B	B	75
Contratto sociale: scambio privato [Cosmides 1989]	Se lui dà a Bo il suo uovo di struzzo, allora Bo gli darà la sua carne di antilope	Mangia tuberi di manioca	Tatuaggio	Nessun tatuaggio
		Lui diede il suo uovo di struzzo, allora Bo gli darà la sua carne di antilope	Bo gli diede la carne di struzzo	Bo non gli diede nulla

In ciascun caso, per stabilire se la frase è vera o falsa bisogna rovesciare la prima e la quarta carta.

rando la probabile regressione verso la media nelle prestazioni successive). Una brillante lezione inaugurale può essere seguita da una lezione più banale, e l'entusiasmo degli studenti può lasciare spazio alla delusione. Nel corso della lezione inaugurale, però, emergono altre e irrilevanti informazioni sul professore, le quali possono diluire le informazioni diagnostiche che la lezione sembra fornire, tendendo ad attenuare, in un modo o nell'altro, i giudizi estremi. Altri errori, combinandosi in modo casuale, si cancellano reciprocamente.

È anche possibile che gli errori siano corretti socialmente, come quando le decisioni collettive rimediano agli errori e ai bias individuali. Alcune gaffe trovano rimedio nelle informazioni di feedback provenienti dall'ambiente sociale («Signor sindaco!»), altre rispecchiano regole sociali di conversazione [Hilton 1990]. E vi sono errori che non hanno grande importanza, come quando compriamo la marca di dentifricio «sbagliata».

2.2.4. Migliorare la presa di decisione ordinaria

Sebbene la presa di decisione ordinaria possa essere difesa, resta che le persone, quando prendono decisioni, commettono errori. Raccogliendo la sfida, i ricercatori si sono interrogati su come essi potrebbero essere ridotti. Per esempio, mentre l'istruzione superiore non migliora automaticamente le strategie decisionali delle persone, la formazione nell'ambito di specifiche discipline – ad esempio psicologia o medicina, non però chimica o giurisprudenza – migliora le strategie decisionali [Lehman, Lempert e Nisbett 1988].

Facilitare l'elaborazione delle informazioni può migliorare la qualità della presa di decisione. Per esempio, nelle etichette dei prodotti alimentari, le informazioni nutrizionali sugli ingredienti indesiderabili (sodio, grassi, zuccheri aggiunti) aiutano i consumatori a fare scelte migliori [Russo *et al.* 1986]. Come abbiamo visto, le informazioni possono essere organizzate in modo da facilitarne l'elaborazione corretta (secondo un criterio normativo), come quando le informazioni critiche sono estratte e presentate sistematicamente o, meglio ancora, integrate in una storia coerente.

Rimediare a errori e bias o alla **contaminazione mentale** [Wilson e Brekke 1994] è qualcosa che dipende dal verificarsi simultaneo di tre diverse condizioni: *essere motivati a correggere il problema, essere consapevoli della direzione e dell'entità del bias, avere un controllo sulle proprie risposte*. Per esempio, avvisare una persona della possibilità di uno dei bias descritti qui può avere un effetto preventivo, posto che valgano le tre condizioni precedenti. Analogamente, il «**debiasing**» (sapere della possibilità di un bias dopo aver cominciato ad acquisire informazioni o aver preso una prima decisione) è efficace se e solo se sono

soddisfatte le condizioni in questione. Essere consapevoli – tenendo conto delle varie avvertenze – dei propri processi di giudizio può rendere più soddisfacenti le proprie inferenze.

Infine, le persone possono analizzare il processo di presa di decisione secondo i propri valori e criteri. Per esempio, culture diverse adottano tipi differenti di processi decisionali. Le culture occidentali, individualistiche, danno maggiore importanza a regole, categorie ben delimitate ed entità singole – uno stile detto **analitico** –, mentre le culture orientali, collettiviste, sono più sensibili al contesto, alle somiglianze e alle relazioni – uno stile detto **olistico** [Nisbett *et al.* 2001]. Di conseguenza, decisioni che in una cultura potrebbero apparire illogiche e viziate da bias, come l'accettare due credenze contraddittorie, potrebbero apparire mature e sagge in un'altra cultura.

2.3. Sommario

Le persone se la cavano abbastanza bene, sotto molti aspetti, nel pensiero sociale e i loro giudizi si dimostrano spesso utili negli affari quotidiani – anche se Sherlock Holmes resta un modello irraggiungibile. Inoltre, le persone giudicano molto accuratamente esigui campioni di comportamento in condizioni di conoscenza nulla. E la scelta di amici che ci somigliano, di ruoli prestabiliti e di contesti ben definiti, accresce probabilmente la nostra accuratezza nel formarci un'impressione degli altri, specialmente in relazione alle dimensioni sociali più osservabili.

Le nostre inferenze e i nostri giudizi non appaiono all'altezza delle impressioni sociali che ci formiamo quotidianamente. Dov'è la differenza? La formazione delle impressioni, in generale, non ammette un criterio di accuratezza altrettanto chiaro, cosicché gli «errori» delle persone sono meno evidenti. I giudizi e le inferenze non riguardanti questioni umane ammettono spesso un ideale normativo come criterio di comparazione. Dal punto di vista logico, talvolta le persone lasciano a desiderare nei loro giudizi di probabilità e di frequenza, specialmente se non hanno familiarità con il formato dei giudizi.

Nondimeno, vi sono pesi e contrappesi sociali che soccorrono le persone in parecchi problemi di presa di decisione. Molte strategie decisionali possono essere adattative e funzionali nei contesti sociali. In una visione ottimistica, la motivazione a comprendere produce una sensazione di accuratezza e spesso un grado di accuratezza «abbastanza buono» nel formarci impressioni e prendere decisioni riguardanti gli altri. Prenderemo ora in esame le ricerche su una parti-

colare strategia che favorisce e insieme ostacola l'accuratezza: l'uso di conoscenze precedenti per comprendere nuove informazioni.

3. SCHEMI E ASPETTATIVE: COMPRENDERE E AFFIDARSI A CIÒ CHE È FAMILIARE

Secondo Bill James, Ernie Banks, giocatore di baseball dei Chicago Cubs,

era un interbase valutabile da buono ad eccellente [...]. È certamente vero che le sue statistiche di battitore erano favorite dal fatto di giocare al Wrigley Field [...]. Ma sono anche convinto che, in generale, tutti gli interbase forti in battuta non godano di grande considerazione come difensori [...] sembra sempre che le loro statistiche difensive siano migliori della loro reputazione [...] La gente pensa in termini di immagini; è una cosa che vale per me, per voi, per tutti. Per venire a capo di un mondo così complesso, riduciamo realtà oltremodo profonde e sottili a semplici immagini facili da immagazzinare e rievocare. È difficile conciliare l'immagine del battitore potente – lento, forte, tutto muscoli, la battuta micidiale – con quella dell'interbase, che è snello, veloce ed agile. Di fronte all'incontrovertibile prova che un giocatore picchia duro – nessuno dubita della validità delle statistiche di battuta –, nasce una discrepanza con l'idea che quel giocatore possa essere anche un buon interbase. La sua immagine di interbase, che non è radicata in un solido terreno statistico, viene messa da parte, in modo che possa fare spazio alla sua immagine di battitore potente. Acquisire nuove conoscenze non porta a eliminare le immagini, ma a costruire immagini più complesse e dettagliate che rappresentino meglio la realtà [James 1986, 387].

Anche se personalmente non ho nessuna immagine di un interbase o di un battitore potente, trovo che questa sia un'efficacissima descrizione del funzionamento di schemi e aspettative. Le persone danno senso al mondo collegandolo ad immagini familiari o a conoscenze coerenti precostituite. La motivazione fondamentale a comprendere il proprio mondo ha al proprio servizio aspettative o schemi (tratti, stereotipi, storie e simili), che operano come concetti coerenti o teorie ingenui per mezzo delle quali rendere il mondo maneggevole. Uno *schema* è una struttura cognitiva che comprende gli attributi di un concetto o di un tipo di stimolo e le relazioni fra tali attributi.

Se il pensiero è uno strumento destinato a tradursi negli aspetti pragmatici dell'azione, le persone devono avere strutture modificabili, per mezzo delle quali organizzare e prevedere i dati della loro esperienza. Le aspettative e i diversi schemi ci forniscono l'impalcatura per mezzo della quale costruire le nostre impressioni degli altri a partire dalle informazioni disponibili. La cognizione sociale si basa sull'uso di strutture abituali, modificabili. Comprendiamo nuove informazioni alla luce di aspettative e schemi vecchi e familiari.

3.1. La formazione delle impressioni prima degli schemi: due teorie a confronto

Prima delle teorie degli schemi, gli psicologi sociali hanno sviluppato due approcci differenti per spiegare come le persone si formino un'impressione delle altre persone: il primo, centrato sulla **coerenza**, anticipava la ricerca sugli schemi; il secondo, centrato sulla **semplice valutazione**, rifiutava la nozione di coerenza, in contrasto con l'idea di schema.

3.1.1. Impressioni coerenti

Immaginate che il professor Indaffarato entri in aula e descriva, sulla base delle reazioni manifestate in precedenza da altri studenti, due sue nuove assistenti. Un'assistente, la dott.ssa Bentivoglio, è generalmente considerata «intelligente, operosa e impulsiva». L'altra, la dott.ssa La Molesta, è considerata generalmente «criticona, cocciuta e invidiosa». Il professore chiede agli studenti di indicare quale assistente preferiscono. Una scelta facile. L'impressione che gli studenti hanno della dott.ssa Bentivoglio è molto diversa dall'impressione che hanno della dott.ssa La Molesta. Supponiamo ora che il professor Indaffarato controlli meglio le carte e scopra che la dott.ssa Bentivoglio e la dott.ssa La Molesta sono in realtà la stessa persona: la dott.ssa Rossi, che è al tempo stesso «intelligente, operosa e impulsiva» e «criticona, cocciuta e invidiosa». Come si possono conciliare queste due impressioni contrastanti?

I partecipanti a un esperimento condotto da Solomon Asch [1946] consideravano una persona del tipo della nostra dott.ssa Rossi un «cumulo di contraddizioni», una sorta di «Jekyll e Hyde» o, più benevolmente, una persona divisa in due metà, una professionale e una sociale. Alcuni partecipanti si rifiutavano di credere che tutte queste caratteristiche potessero appartenere alla stessa persona. Ad altri partecipanti, però, la dott.ssa Rossi era presentata fin dall'inizio come una singola persona; in questo caso, i partecipanti non

avevano difficoltà a comporre le diverse caratteristiche nel ritratto coerente di un singolo individuo. Per il primo gruppo di partecipanti, che all'inizio incontravano due persone distinte e si formavano due impressioni separate, ciascuna coerente, era difficile sintetizzare le due persone in una sola. Per il secondo gruppo di partecipanti, che fin dall'inizio si formavano l'impressione coerente di una singola persona, era facile riunire tutte le caratteristiche in un quadro coerente.

Immaginate ora che venga invitato, per tenere una lezione straordinaria, il professor Primo. Questi viene descritto come «intelligente, capace, operoso, di temperamento caldo, determinato, pratico e cauto». Provate a pensare a questa persona. I partecipanti ad un altro esperimento condotto più di mezzo secolo fa, si aspettavano che questa persona fosse generosa, saggia, felice, gentile, spiritosa, socievole, ben voluta dagli altri, comprensiva, altruista e ricca di immaginazione: «Una persona convinta che certe cose siano giuste, desiderosa che gli altri comprendano le sue ragioni, leale nelle discussioni, fiduciosa di vedere i propri argomenti prevalere». Immaginate che venga invitato, per un'altra lezione, il professor Secondo, descritto in anticipo come «intelligente, capace, operoso, di temperamento freddo, determinato, pratico e cauto». Gli studenti adesso si aspettano «un uomo alquanto presuntuoso, convinto che il suo successo e la sua intelligenza lo distinguano dall'uomo comune, calcolatore e scostante». Un uomo che tende ad essere gretto, scaltro, scontento, irritabile, privo di senso dell'umorismo, poco socievole, determinato, e così via. Perché il professor Primo è tanto diverso dal professor Secondo? In fondo, di sette aggettivi, sei restavano gli stessi nelle due descrizioni.

La sostituzione di un termine descrittivo (*caldo* con *freddo*) muta socievole in poco socievole. Ciò segue direttamente dai significati di *caldo* e *freddo*. Ma come spiegare il mutamento da *saggio* e *ricco di immaginazione* a *determinato*? Questi termini non sono direttamente implicati da *caldo* e *freddo*, ma dall'impatto di *caldo* o *freddo* su altri termini associati all'impressione. Il significato di *intelligente*, che è comune sia al professor Primo sia al professor Secondo, cambia secondo il contesto. Un temperamento caldo è diverso da un temperamento freddo. Ancora una volta, il principio di coerenza fa sì che tutti i tratti si combinino in una descrizione integrata, una cosiddetta *Gestalt* – una configurazione coerente, «buona».

Solomon Asch ha dimostrato il ruolo della coerenza nella comprensione degli altri. Nel suo modello, ispirato al concetto di configurazione gestaltica, le impressioni hanno almeno sei caratteristiche che conferiscono loro coerenza.

- Nelle impressioni l'intera persona è considerata come un'unità, come mostra l'esperimento della dott.ssa Rossi.
- Nelle impressioni i tratti vengono unificati e integrati, come quando «critica, cocciuta e invidiosa» si combinano per ritrarre l'assistente non gradita.
- Le impressioni sono organizzate intorno a tratti centrali; lo dimostra l'impatto sproporzionato e unificante dell'opposizione fra *caldo* e *freddo*, considerevolmente più forte di un'opposizione come quella fra *cortese* e *rozzo*.
- Le impressioni abbracciano i tratti come parti di un tutto, dove ciascun tratto concorre a determinare un'impressione unitaria. Perciò, *operoso* contribuisce in entrambi i casi all'impressione di un professore che lavora sodo.
- Le impressioni possono cambiare il significato dei tratti: ad esempio, una persona intelligente e dal temperamento caldo è saggia, mentre una persona intelligente e dal temperamento freddo è scaltro.
- Le impressioni emergono entro un contesto complessivo che i tratti creano l'uno per l'altro.

Ricerche successive hanno replicato questi risultati con persone reali al posto di liste di tratti [Kelley 1950], hanno mostrato che i processi possono essere inconsci [Nisbett e Wilson 1977a], e hanno identificato alcuni dei processi critici per conferire coerenza alle impressioni, specialmente quando i tratti non si combinano in modo naturale [Asch e Zukier 1984] (vedi tab. 1.7). Per esempio, *allegro* e *malinconico* possono conciliarsi in *lunatico*. Riprendendo la felice formula di Jerome Bruner [1957a] secondo la quale le impressioni «non si fermano

TAB. 1.7. Soluzioni frequenti per coppie di tratti

TIPO DI SOLUZIONE	COPPIA	ESEMPIO
Rendere possibile	Intelligente-spiritoso	L'essere <i>spiritoso</i> presuppone l'essere <i>intelligente</i>
Segregazione	Brillante-sconsiderato	Ciascun tratto fa parte di sfere distinte della vita della persona
Causa-effetto	Ostile-dipendente	La <i>dipendenza</i> alimenta l' <i>ostilità</i>
Origine comune	Allegro-malinconico	Una persona <i>lunatica</i> sembra alternativamente <i>allegra</i> e <i>malinconica</i>
Interno-esterno	Socievole-solitario	La persona è <i>socievole</i> esteriormente ma <i>solitaria</i> nell'intimità
Mezzi-fini	Severo-benevolo	Essere <i>severo</i> può permettere di essere, alla fine, <i>benevolo</i>
Aggiunta	Intelligente-privato di ambizioni	Una persona <i>intelligente</i> , a causa di un insuccesso, divenne <i>priva di ambizioni</i>

Fonte: ASCH e ZUKIER [1984].

alle informazioni date», le persone trovano naturale inferire, ad esempio, che una persona intelligente, determinata, dal temperamento caldo, sarà anche «leale nelle discussioni». Tali processi danno coerenza alle impressioni, creando una *Gestalt* olistica, affine ad uno schema, in contrasto con il modello elementaristico che esamineremo ora.

3.1.2. Impressioni valutative

Un secondo approccio, in netto contrasto con il modello di coerenza fondato sul concetto di *Gestalt*, si richiama alla valutazione che può derivare dalla formazione di un'impressione. Secondo Norman Anderson [1974], per comprendere gli altri le persone estraggono l'elemento valutativo presente in ciascun elemento dell'impressione (cioè, la piacevolezza propria di ciascun tratto) e poi calcolano la media aritmetica delle valutazioni, in modo da formare una valutazione complessiva. In contrasto con il modello della coerenza, il **modello algebrico** di Anderson, basato sulla media aritmetica, mette l'accento sui singoli elementi presi isolatamente.

Da questo punto di vista, le impressioni sono medie aritmetiche ponderate. L'impressione è uguale a $\sum w_i s_i$, dove w_i sta per il peso (importanza) di un tratto e s_i sta per la valutazione isolata del tratto. Per esempio, la piacevolezza della praticità, su una scala a dieci punti, potrebbe essere pari a 8; *pratico* è un attributo positivo. Al contrario, la piacevolezza della grettezza potrebbe essere pari a 1; *gretto* è un attributo negativo. Nella scala, *pratico* avrebbe valore 8, *gretto* avrebbe valore 1.

Quanto contribuisce ciascun attributo all'impressione complessiva di una persona? Essere una persona pratica è cosa buona, ma potrebbe non essere molto importante, e dare conto solo del 25% dell'impressione complessiva. Essere una persona gretta, d'altro lato, potrebbe essere estremamente importante, e dare conto di almeno il 75% dell'impressione complessiva. Il peso relativo della grettezza è notevolmente più grande del peso relativo della praticità, cosicché la piacevolezza complessiva è determinata soprattutto da *gretto*.

In termini algebrici, $\sum w_i s_i$ è uguale al peso (0,25) per il valore (8) di *pratico*, più il peso (0,75) per il valore (1) di *gretto*: $(0,25 \cdot 8) + (0,75 \cdot 1) = 2,75$. L'impressione dell'altra persona assume così la forma di una semplice valutazione numerica.

Questo modello, se da un lato può apparire come un approccio semplice e limitato alla motivazione a comprendere, offre anche un approccio quantitativo all'altra motivazione di primaria importanza nella cognizione sociale, la motivazione ad avere fiducia. Anderson [*ibidem*] dovette aggiungere una

costante di positività alla sua equazione per rendere meglio conto delle valutazioni complessive prodotte dalle persone. Una valutazione di piacevolezza è uguale a $\sum w_i s_i$, calcolato nel modo appena descritto, più un valore positivo iniziale; Anderson introdusse questa costante di positività dopo avere osservato che l'aspettativa iniziale che una persona ha verso gli altri è leggermente positiva, e non neutra.

Il modello di Anderson è detto *elementaristico*, poiché prevede che i tratti siano completamente indipendenti l'uno dall'altro e non si influenzino reciprocamente, se non perché i loro pesi relativi possono variare. L'idea che una persona pratica (+) e gretta (-) possa essere peggiore di una persona poco pratica (-) e gretta (-) non trova posto in questo modello elementaristico, additivo, in contrasto con il modello gestaltista, olistico.

3.1.3. Sommario

Due teorie sulla formazione delle impressioni di persona hanno preceduto le più recenti teorie degli schemi. L'una è basata sulla coerenza dei vari aspetti della persona, l'altra sulla semplice estrazione di tratti isolati e la loro composizione in una valutazione di piacevolezza complessiva. L'accento posto sulla coerenza rispecchia un approccio più configurazionale, olistico, gestaltista, mentre l'accento sui tratti isolati, combinati poi uno alla volta, rispecchia un approccio più elementaristico. Entrambi i processi sono funzionali rispetto alla fondamentale motivazione a comprendere il proprio mondo sociale. I processi di tipo gestaltista sono alla base degli schemi e delle aspettative. La valutazione elementaristica trova posto in alcune teorie sugli atteggiamenti. Questi due approcci definiscono un contesto storico nel quale collocare le ricerche sul ruolo degli schemi nella formazione delle impressioni.

3.2. Origini del concetto di schema in altri ambiti della psicologia

Il termine «schema» non è nuovo; esso è stato usato più volte in passato nella psicologia cognitiva, sociale ed evolutiva. Ovunque sia usato, si contrappone radicalmente, come nel modello gestaltista di Solomon Asch, all'idea che le rappresentazioni mentali siano basate su elementi separati, come nel modello algebrico di Norman Anderson. In tutta la psicologia, il concetto di schema rimanda ad una totalità gestaltica, maggiore della somma delle sue parti, con proprietà emergenti che vanno oltre la mera combinazione dei singoli costituenti. La prima teoria degli schemi si trova forse nel libro di Frederic Bartlett

Remembering [1932], riguardante il ricordo di figure, illustrazioni e storie: La teoria di Bartlett si contrapponeva esplicitamente all'idea, allora prevalente, che la memoria riguardasse elementi isolati; Bartlett mostrava come le persone organizzano storie ed esperienze in configurazioni che facilitano la comprensione e l'azione.

Analogamente, Jerome Bruner [1957b] ha mostrato come le persone usino le loro conoscenze precedenti per dare significato a ciò che percepiscono. E Fritz Heider [1958], antesignano della teoria dell'attribuzione, ha descritto relazioni sociali tali da formare unità psicologiche «buone» (ad esempio, «amici che vanno d'accordo», in contrasto con «amici che non vanno d'accordo»). Nella psicologia dello sviluppo, Jean Piaget [1936] ha mostrato come i bambini si impegnino nella «coordinazione del nuovo con il vecchio, che prefigura il giudizio». In tutti questi antecedenti storici, si sottolinea come le persone assimilino le nuove informazioni in una configurazione preesistente, che nasce dall'esperienza per generalizzazione; come vedremo, il concetto di schema si contrappone all'idea che le persone accumulino dati isolati o reagiscano partendo da zero ad ogni nuovo stimolo che incontrano nell'ambiente.

Negli anni Sessanta e Settanta, le teorie degli schemi hanno preso piede soprattutto nella psicologia sperimentale, attraversata allora dalla sua rivoluzione cognitiva. La psicologia cognitiva ha mostrato come gli schemi (aspettative, generalizzazioni e inferenze) operano nel ricordo dei testi: nel valutare l'importanza, la memoria si appoggia a strutture coerenti; il ricordo di un testo è migliore quando questo è retto da un principio di organizzazione; le persone riconoscono il materiale più rapidamente quando applicano uno schema. A mo' di illustrazione, si consideri il seguente brano, dove manca uno schema adeguato:

In effetti, il procedimento è abbastanza semplice. Anzitutto, bisogna sistemare le cose in gruppi differenti. Naturalmente, può essere sufficiente un solo cumulo; dipende da quanto c'è da fare. Se per mancanza di attrezzature dovete spostarvi altrove, questo è il passo successivo; altrimenti, siete già a buon punto. È importante non esagerare con le cose: in pratica, è meglio fare poche cose alla volta che non farne troppe. Lì per lì può non sembrare importante, ma possono facilmente sorgere complicazioni. Anche uno sbaglio può costare caro. All'inizio, l'intera procedura sembrerà complicata. Ben presto, però, diventerà uno dei tanti aspetti della vita quotidiana. [...] Portata a termine la procedura, i materiali sono di nuovo ordinati in gruppi distinti, dopo di che possono essere riposti. Al momento opportuno, saranno usati di nuovo e l'intero ciclo dovrà essere ripetuto. Ma questo fa parte della vita [Bransford e Johnson 1972, 722].

Le persone hanno schemi per gli oggetti di vita quotidiana, nella misura in cui ne hanno esperienza. Perciò, come chi scrive può sapere poco o nulla di baseball, così una principessa saudita può non sapere nulla di come si usa una lavatrice, l'oggetto misterioso di cui sopra.

3.3. Tipi di schemi sociali

Si considerino i seguenti esempi di schema:

In un giorno di fine estate, una docente di fresca nomina si mette in contatto con la libreria dell'università, in modo che questa possa ordinare i libri di testo prima che il nuovo semestre abbia inizio. Prendendola evidentemente per qualcun altro, il commesso della libreria le spiega che i libri per il semestre autunnale non sono ancora arrivati. La giovane professoressa risponde: «Lo so, io voglio *ordinare* i libri per il semestre autunnale». Al che il commesso replica: «Bene, e quali libri vuole il professore?». Risposta frustrata: «Ma sono *io* il professore!».

Watson e Holmes sono seduti al tavolo della prima colazione; ecco come Watson riferisce la loro conversazione:

«Ma ecco», continui raccattando da terra il giornale del mattino, «facciamo una prova pratica. Il primo titolo che mi cade sotto gli occhi è *Crudeltà di un marito nei confronti della moglie*. Una mezza colonna ma, anche senza leggerla, so già benissimo di che si tratta. Naturalmente c'è un'altra donna, il marito che beve, gli spintoni, le percosse, i lividi, la sorella, o la vicina di casa, comprensiva. Il più grossolano degli scrittori non potrebbe immaginare nulla di più rozzo e scontato di questo».

«Francamente, non poteva scegliere esempio peggiore per sostenere la sua tesi», disse Holmes dando un'occhiata al giornale. «Questo è il caso di separazione dei Dundas e, caso vuole, che io sia stato incaricato di far luce su alcuni particolari secondari di questa faccenda. Il marito era astemio, non c'era nessun'altra donna, e l'accusa di crudeltà mentale si riferiva al fatto che aveva preso l'abitudine, alla fine di ogni pasto, di togliersi la dentiera e tirarla addosso alla moglie, il che, ammetterà, è un gesto che non verrebbe mai in mente al narratore medio. Prenda una presa di tabacco, dottore, e ammetta che questa volta ho segnato io» [Doyle 1892-1927; trad. it. 1991, 204-205].

Gli esseri umani hanno una quantità di schemi di oggetti ed eventi sociali, compresi schemi per il professore medio e per il tipico caso di violenza domestica. Verso la fine degli anni Settanta, gli psicologi sociali e della personalità hanno anche cominciato a dimostrare l'utilità cognitiva (in termini di sicurezza e velocità di elaborazione delle informazioni) degli schemi, in particolare nella loro applicazione ai tratti di personalità, agli schemi di sé, ai ruoli, ai gruppi e agli eventi sociali – ed è di questi argomenti che ci occuperemo ora [Fiske e Taylor 1991; Olson, Roes e Zanna 1996].

3.3.1. Tratti di personalità

Gli **schemi di personalità** hanno almeno due dimensioni. Le impressioni che le persone si formano in termini di tratti hanno due dimensioni principali – competenza e piacevolezza – indipendenti, in certa misura, l'una dall'altra [Rosenberg e Sedlak 1972]. La **dimensione della piacevolezza** va da socialmente buono (socievole, benvenuto, felice, gentile, tollerante, onesto, disponibile) a socialmente cattivo (asociale, privo d'umorismo, freddo, pessimista, irritabile, lunatico, infelice, malvolo). La **dimensione della competenza** va anch'essa da buono (operoso, intelligente, ricco d'immaginazione, metodico, tenace) a cattivo (sciocco, sconsiderato, inconcludente, ottuso, titubante, inaffidabile). Non solo le persone posseggono **teorie implicite della personalità** che tendono ad organizzare in raggruppamenti questi tratti, ma hanno anche idea delle implicazioni di ciascuna delle dimensioni che strutturano i tratti; sanno che le persone espansive sono piacevoli, loquaci, affabili e divertenti se c'è una festa, ma una croce se c'è da lavorare sodo per rispettare una scadenza. Analisi simili sono possibili per i cosiddetti *Big Five*, cinque grandi raggruppamenti di tratti definiti come estroversione, gradevolezza, coscienziosità, stabilità emotiva o nevroticismo, e apertura mentale. In breve, le persone posseggono conoscenze organizzate sui tratti di personalità.

Le persone situano queste conoscenze sui tratti in contesti sociali [Cantor, Mischel e Schwartz 1982]. Esse concepiscono i tratti come modi di rappresentare la *persona nella situazione* – per esempio, un estroverso in una sala da ballo, invece che, poniamo, in una biblioteca. I tratti permettono di predire gli scopi delle altre persone, e gli scopi, a loro volta, permettono di predire il comportamento. Scopo dell'estroverso è essere amichevole e parlare con gli altri, mentre un introverso ha lo scopo di osservare dentro di sé. Alla luce degli scopi di una persona, si può predire il suo comportamento in particolari situazioni, ad esempio quando ce la troviamo seduta accanto in aereo. Gli schemi di tratti sono utili anche per comunicare con gli altri: compatti come sono, racchiudono molte informazioni in poco spazio.

3.3.2. Schemi di sé

Gli individui posseggono **schemi di sé**, cioè schemi riferiti a se stessi; si tratta di schemi che comprendono le interpretazioni più salienti e importanti di se stessi [Markus 1977]. Toni Morrison descrive lo sviluppo di uno schema di sé in *The Bluest Eye*:

Quando Sammy e Pecola erano ancora piccoli, Pauline dovette riprendere a lavorare. Era più grande adesso, non aveva più tempo per i sogni e i film. Era arrivato il momento di mettere insieme tutti i pezzi, di creare coerenza dove prima non c'era. Questa necessità le veniva dai bambini; lei stessa non era più una bambina. Così crebbe, e la sua crescita fu come quella della maggior parte di noi: imparò a odiare quelle cose che la confondevano o la intralciavano, acquisì virtù facili da conservare, si assegnò un ruolo nello schema delle cose e, quando cercava conforto, riandava con la mente a tempi più semplici [Morrison 1970].

Gli schemi di sé, come gli altri schemi, «creano coerenza dove prima non c'era», come vedremo nel prossimo capitolo.

3.3.3. Ruoli sociali

Le persone possiedono **schemi dei ruoli sociali**, come quello del bibliotecario (ordinato, silenzioso, porta gli occhiali, preferisce gli spettacoli teatrali a quelli sportivi). I ruoli sociali governano le interazioni quotidiane delle persone [Goffman 1967]. Comprendere i ruoli ha conseguenze pragmatiche: essi ci dicono che cosa fare e con chi farlo. Non ci comportiamo nello stesso modo con il direttore di una banca e con il custode di un garage. Le rappresentazioni dei ruoli sociali da parte delle persone (vedi fig. 1.2) operano a *livello intermedio* (meccenate) piuttosto che a *livello sovraordinato* (persona colta) o a *livello subordinato* (sostenitore di un'orchestra locale). A livello intermedio si trovano maggiore ricchezza, differenziazione e vividezza [Cantor e Mischel 1979; Rosch *et al.* 1976].

Rispetto alle persone di altre culture, gli europei e gli euroamericani (americani di origine europea) sottostimano l'importanza dei ruoli sociali. Invece di ruotare attorno a tratti di personalità fissi, il concetto di persona potrebbe altrettanto bene essere imperniato su ruoli trasferibili [Shweder e Bourne 1982]. Si consideri il brano che segue:

La cultura balinese [comprende il] persistente e sistematico tentativo di stilizzare tutti gli aspetti dell'espressione personale, al punto che qualunque caratteristica soggettiva, qualunque peculiarità dell'individuo

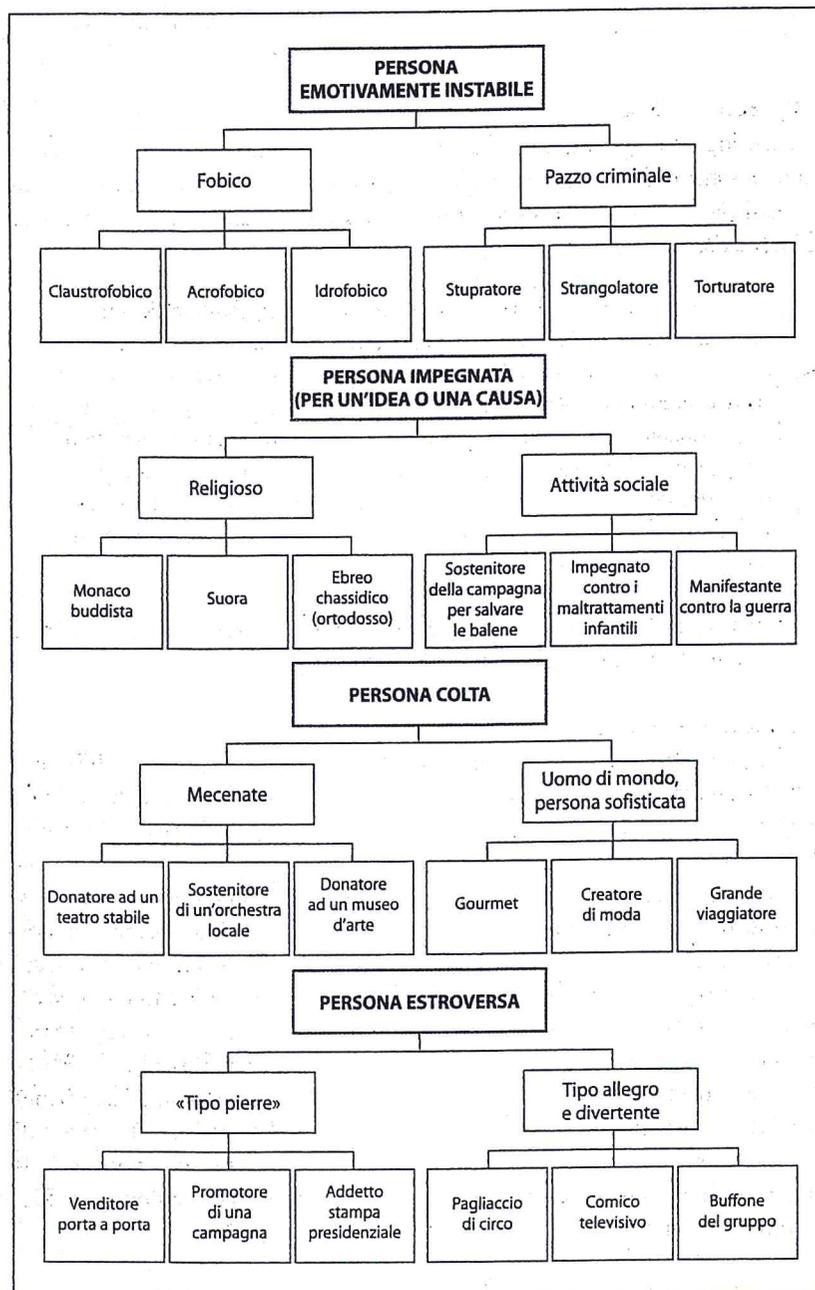


fig. 1.2. Possibili tassonomie di persone.

Fonte: CANTOR e MISCHÉL [1979].

dipendente da ciò che egli è sul piano fisico, psicologico o biografico, è accantonata a favore del posto che gli è assegnato in quell'incessante e (così è concepito) immutabile spettacolo all'aperto che è la vita balinese. Sono i personaggi, non gli attori, che durano nel tempo; in verità, sono i personaggi, non gli attori, che esistono nel senso proprio del termine. Gli uomini in carne e ossa vanno e vengono, sono meri accidenti in una storia dominata dal caso, privi di genuina importanza, anche agli occhi di chi vi è coinvolto. Le maschere che gli individui indossano, i posti che occupano, le parti che interpretano, e, più ancora, lo spettacolo che mettono in scena: questo è quel che resta e che costituisce non la facciata ma la sostanza della realtà, non ultimo il Sé [Geertz 1975, 50].

Analogamente, il guineano Camara Laye [1954] descrive il modo in cui il padre, un importante fabbro ferraio (un'occupazione prestigiosa nelle aree rurali dell'Africa occidentale), cancella la sua stessa individualità alla luce del ruolo svolto:

Non era forse mio padre l'uomo più influente della nostra concessione [il cortile condiviso dalla famiglia estesa]? E non era lui che esercitava la sua autorità su tutti i fabbri del nostro distretto? Non era il più bravo di tutti? [...] Mio padre tacque ancora per un momento, poi disse:

«Puoi vedere da te che sono un uomo come tanti, che non ho nulla che anche gli altri non abbiano, e che anzi ho meno degli altri, perché sono abituato a dare tutto quello che ho, e darei persino l'ultima cosa che mi fosse rimasta, la camicia che porto addosso. Eppure, chi è conosciuto come me? Il mio nome è sulla bocca di tutti, ho autorità su tutti i fabbri dei cinque cantoni. Ma questo dipende dallo [...] spirito guida della nostra razza. È ad esso [...] che devo tutto» [Laye 1954, 25].

3.3.4. Gruppi sociali

Le persone hanno **schemi dei gruppi sociali**, specialmente degli *outgroups* – i gruppi di cui non fanno parte. Degli schemi o stereotipi degli *outgroups* ci occuperemo più in dettaglio nel capitolo 3. Per ora basti dire che il modo in cui le persone concepiscono gli *outgroups* può guidare le loro azioni, talvolta con conseguenze molto sgradevoli. Un giorno qualunque, poco prima della mezzanotte, ora d'inizio del suo turno di lavoro, un operatore di computer fece il suo ingresso in un grande edificio di New York, sede di una banca; era reduce da una seduta d'allenamento in una vicina palestra. Passò davanti al banco della sicurezza, firmò e salì al piano superiore con la sua borsa sportiva. Un'ora dopo,

fu circondato e bloccato dalle guardie di sicurezza, in allarme per la presenza nell'edificio di «un maschio di colore dall'apparenza sospetta». A dispetto del tesserino d'identificazione, fu trascinato al piano terreno e interrogato nell'atrio, sotto gli occhi dei colleghi in arrivo e della gente di passaggio, fino all'intervento del suo capoufficio. Ad esperienze del genere vanno incontro innumerevoli volte gli innocenti automobilisti fermati per il «delitto» di DWB (*driving while black*, guida in stato di nerezza). In breve, gli schemi dei gruppi sociali sono alla base di molte presupposizioni, di rado benevole.

3.3.5. Eventi sociali

Infine, le persone organizzano gli eventi più comuni in **copioni (script)**, cioè schemi di eventi, sequenze di azioni tipiche – come, ad esempio, mangiare al ristorante [Schank e Abelson 1977]. Se John va al ristorante e ordina fettuccine alla Alfredo, beve un quarto di vino, paga il conto e lascia una mancia, sembra tutto a posto. Alla domanda: «Che cosa ha mangiato a pranzo John?», quasi tutti risponderebbero che ha mangiato fettuccine alla Alfredo. Ma questa risposta, in realtà, aggiunge qualcosa alla storia, che racconta solo che John aveva ordinato quel piatto e poi aveva pagato il conto. Queste azioni implicano, ma non dicono esplicitamente, che John ha avuto il suo pasto e ha mangiato quello che ha ordinato. I copioni seguono una regola: se avviene qualcosa di anormale, il parlante è tenuto a riferirlo. Perciò, se nessuno dice che John ha rimandato indietro il piatto, si può assumere che egli abbia rispettato la normale sequenza delle azioni del pranzare al ristorante, compresa l'azione di mangiare quello che si ordina. I copioni riguardano eventi comuni, prevedibili come questi; essi sono una parte essenziale dell'interazione sociale [Goffman 1967].

Anche gli eventi unici, raccontati o ricordati, hanno una struttura coerente – una storia o *narrazione*. Le **narrazioni** sono governate da un insieme di regole schematiche: devono essere coerenti, plausibili e complete; comprendono sequenze causali nelle quali un evento *consente* (rende possibili) altri e successivi eventi, e alcuni eventi ne precedono altri nel tempo. Questi nessi causali e temporali creano il flusso della narrazione. I giurati, ad esempio, utilizzano le narrazioni per comprendere gli eventi di un processo ed esprimere un verdetto, secondo il *modello della storia* [Pennington e Hastie 1991]. Le narrazioni creano coerenza tra singoli eventi ed elementi di prova, e permettono ai giurati di valutare le proprie conclusioni. Le storie possono anche spiegare contraddizioni, prevedere i futuri plausibili e interpretare il passato.

3.4. L'uso degli schemi sociali

Gli schemi sono teorie soggettive d'uso quotidiano sul modo in cui il mondo funziona. Quale che sia il loro contenuto concreto – tratti di personalità, concetti di sé, ruoli, gruppi o eventi sociali – gli schemi ne rappresentano la forma astratta. Essi astraggono conoscenze generali da molti esempi particolari: ad esempio, il copione dell'andare al ristorante deriva dall'essere andati molte volte a pranzo. Gli schemi sono la generalizzazione di numerosi esempi; il loro risultato è un'astrazione mentale immagazzinata nella memoria. Gli schemi governano il modo in cui le persone *codificano* (fanno attenzione e interpretano), *ricordano* e *rispondono* (giudicano e interagiscono) nel loro mondo sociale.

3.4.1. Codificare

Quando le persone prendono in considerazione delle informazioni, gli schemi pertinenti vengono alla mente in forma «tutto o nulla», creando una rappresentazione unitaria. Ciò significa che l'attivazione di una parte dello schema tende ad attivare immediatamente l'intera unità. Gli schemi, in quanto unità strettamente coese, sono strumenti efficienti e difficili da smembrare. L'attivazione di una parte di un concetto tende ad attivare l'intero concetto [Sentis e Burnstein 1979]. L'attivazione del copione del ristorante richiama alla mente le sue parti più importanti, come abbiamo visto.

In che modo gli schemi si presentano alla mente? Essi sono attivati da etichette («Questo è il mio amico Fred, un vigile del fuoco») o da processi di categorizzazione basati su tratti salienti (un impermeabile giallo, stivali neri, un caratteristico copricapo). Come vedremo nel capitolo 3, le persone **categorizzano** gli altri secondo il genere, la razza e l'età (e, a volte, l'uniforme) nel giro di qualche millisecondo. Gli schemi, specialmente quelli ben conosciuti, permettono alle persone di cancellare informazioni ridondanti, colmare lacune, sanare imperfezioni, risolvere confusioni – il tutto nella prima fase del processo percettivo. Le persone interpretano informazioni ambigue o mancanti in funzione di schemi familiari, come quando assumiamo che il copricapo di un vigile del fuoco debba essere il copricapo normalmente in dotazione ai vigili del fuoco, non quello di un costume di carnevale.

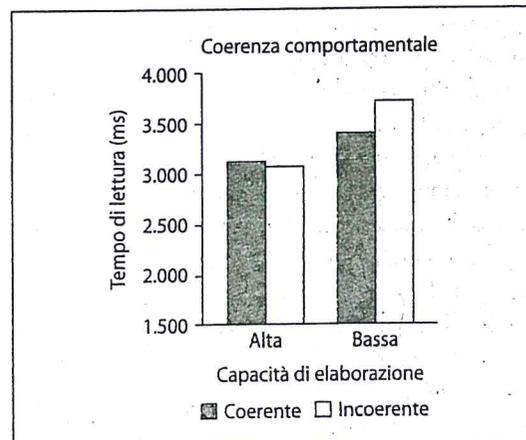
Le persone di solito prestano attenzione alle informazioni manifestamente contraddittorie e le elaborano più a lungo delle informazioni non contraddittorie, specialmente quando sono obbligate a scegliere perché la loro capacità

attentiva è sottoposta a un carico eccessivo. In uno studio [Sherman *et al.* 1998], i partecipanti leggevano di un certo Bob Hamilton, definito come uno skinhead o come un prete. La descrizione comprendeva 30 comportamenti, 10 gentili («diede una moneta a uno sconosciuto che doveva fare una telefonata»), 10 sgarbati («si fece largo a spintoni per occupare la poltrona centrale della sala cinematografica»), 10 irrilevanti («comprò una maglietta nuova»). I comportamenti gentili erano coerenti con lo schema che i partecipanti avevano del prete, ma incoerenti con lo schema dello skinhead; per i comportamenti sgarbati era vero l'opposto. I partecipanti leggevano le descrizioni dei comportamenti, presentate una alla volta su uno schermo di computer; non appena finivano di leggere una descrizione, premevano la barra spaziatrice per passare alla successiva. In questo modo gli sperimentatori potevano misurare l'attenzione, operazionalizzata come tempo di lettura. Metà dei partecipanti avevano una capacità attentiva ridotta, perché mentre leggevano le descrizioni dovevano conservare in memoria un numero di otto cifre; all'altra metà non erano stati affidati compiti speciali, e perciò la capacità attentiva era alta.

Come mostra la figura 1.3, quando la capacità di elaborazione dei partecipanti era alta, essi potevano prestare ugualmente attenzione a entrambi i tipi di informazioni; quando invece tale capacità era bassa, dedicavano più tempo a entrambi i tipi di informazioni, ma si soffermavano in particolare sulle informazioni contraddittorie (quelle non contraddittorie erano comprese più facilmente). In condizioni di bassa capacità, i partecipanti erano costretti a un compromesso attentivo. In generale, quando s'imbattono in una contraddizione, le persone

fig. 1.3. Tempi di lettura in funzione della coerenza dello stereotipo e della capacità di elaborazione.

Fonte: SHERMAN *et al.* [1998].



possono seguire varie strade: risolvere la discrepanza confermando uno schema consolidato; abbandonare lo schema perché inappropriato; far coesistere lo schema con la contraddizione etichettandola come un'eccezione, una deviazione. D'altro lato, le persone tendono ad ignorare le informazioni irrilevanti per lo schema.

3.4.2. Ricordare

Gli schemi possono essere rappresentati nella memoria in una varietà di modi [Fiske e Taylor 1991; Smith 1998]. Essi possono essere intesi come liste di caratteristiche legate da connessioni (*link*); un modello siffatto è detto **memoria associativa**. Vi sono nodi per i concetti (vigile del fuoco) e legami con nodi associati concettualmente (attributi come il caratteristico copricapo e concetti apparentati come quello di agente di polizia). Gli schemi possono essere rappresentati mediante **prototipi** o esempi ideali (il classico vigile del fuoco), con gli esempi più tipici o centrali raggruppati intorno al prototipo e gli esempi più periferici a maggiore distanza nello spazio mentale.

Indipendentemente dalla rappresentazione dello schema nella memoria, la memoria di **riconoscimento** delle persone, in genere, favorisce lo schema nei problemi a scelta multipla [Cantor e Mischel 1977]. Quando usano uno schema, le persone riconoscono come familiari le caratteristiche coerenti con quello schema (per esempio, mangiare è una parte usuale del copione del ristorante); ciò può indurle ad assumere di avere visto, in un esempio particolare, le caratteristiche coerenti con lo schema (come quando voi avete probabilmente assunto che John avesse mangiato le sue fettuccine alla Alfredo).

Nei compiti di *rievocazione libera*, ad esempio, quando dobbiamo rispondere a domande aperte, gli schemi più ferrei e consolidati favoriscono il ricordo dei dettagli coerenti con gli schemi stessi (se doveste ripetere la storia del ristorante daresti maggiore rilievo ai dettagli più tipici). Gli schemi più labili o nuovi, però, come quelli che uno sperimentatore potrebbe proporre in laboratorio – per un americano, il copione della cerimonia giapponese del tè – favoriscono l'esito opposto. Fin tanto che sono impegnate ad apprendere un nuovo schema, le persone ricordano preferibilmente le discrepanze, come se stessero cercando di comprenderle e risolverle. Perciò, la rievocazione dipende dalla forza dello schema (come mostrano Stangor e McMillan [1992] in una metanalisi di 54 esperimenti). Il vantaggio delle informazioni coerenti con gli schemi emerge più spesso in ambienti realistici, complessi, impegnativi, posto che le persone non siano motivate diversamente [Fiske 1993b].

3.4.3. Rispondere

In che modo gli schemi influenzano le impressioni complessive delle persone? Forse il ricordo degli specifici dettagli di uno schema determina l'impressione complessiva? Inaspettatamente; non è così: rievocazione e giudizio sono spesso indipendenti: «So quello che provo per quella persona, ma non riesco a ricordare nulla di lei». In effetti, uno schema può rendersi autonomo dai dati dai quali ha avuto origine [Hastie e Park 1986]. In altri termini, una volta formatosi, lo schema ha vita propria, una vita indipendente dai suoi elementi costitutivi. La correlazione tra un giudizio e il ricordo dei dati sui quali il giudizio poggia può essere inaspettatamente bassa. Il punto sembra essere questo: spesso le persone si formano un giudizio *in tempo reale*, man mano che raccolgono informazioni, e un siffatto giudizio non influenza il ricordo successivo di quelle informazioni.

Le persone usano spesso schemi per esprimere un giudizio («So quello che provo nei confronti di quel tipo di persone»). A volte però non usano affatto schemi, come quando i commissari di un concorso esaminano centinaia di candidati alla luce di un numero ristretto di criteri (voti scolastici, risultati dei test, attività svolte). Questo sarebbe piuttosto un tipo di decisione basato sulla considerazione separata dei singoli elementi. E talvolta le persone non usano schemi perché vogliono formarsi un'impressione più particolareggiata e individuale – per esempio, nel caso di un capoufficio o di un collega di fresca nomina. Quando le persone usano schemi per formulare giudizi e quando usano invece singoli attributi?

Il **modello del continuum** [Fiske e Neuberg 1990; Fiske, Lin e Neuberg 1999] mette in contrapposizione le risposte più categoriali e schematiche con quelle più elementaristiche (guidate da informazioni individuali, prese in carico una alla volta). L'uso di schemi generali piuttosto che di informazioni individuali dipende *a)* da una buona corrispondenza tra lo schema e le informazioni disponibili e *b)* dalle motivazioni. Data una buona corrispondenza e una motivazione a prendere comunque una decisione, il giudizio è spesso schematico (per esempio, scegliere qualcuno in tuta sportiva come compagno di viaggio sul pullman). Data invece una corrispondenza problematica con le informazioni disponibili (per esempio, un atleta stereotipico che legge un libro di astrofisica), il giudizio tende a un compromesso tra lo schema e i dati contrastanti, specialmente se la persona ha tempo ed è motivata soprattutto dall'accuratezza (l'atleta lavora nel suo laboratorio). Data una corrispondenza palesemente cattiva (il presunto atleta è un tipo goffo e giù di forma), il giudizio può fare del tutto a meno di schemi, indipendentemente dalla motivazione; il giudizio procede allora in modo aschematico o, come si potrebbe dire, per parti separate. La

manipolazione della (mancanza di) corrispondenza produce il risultato previsto [Fiske *et al.* 1987], e lo stesso vale per le manipolazioni della motivazione. Per esempio, l'invito ai partecipanti a produrre giudizi categoriali o individuali favorisce, rispettivamente, un'elaborazione guidata da schemi o per parti separate [Pavelchak 1989]. Prenderemo in esame altre motivazioni alla fine del capitolo; anch'esse danno sostegno a questo modello a duplice processo, dove si contrappongono giudizi schematici e individuali.

Una volta attivati, gli schemi guidano l'interazione sociale. Quarant'anni di ricerche sulle aspettative interpersonali [Rosenthal 1994] mostrano che quando ci aspettiamo prestazioni di eccellenza da altre persone, possiamo favorire tali prestazioni attraverso il nostro stesso comportamento; il risultato è una **profezia che si autoadempie**. Vari schemi possono attivare aspettative positive e negative, come quando le aspettative di un insegnante fanno sì che alcuni bambini abbiano risultati scolastici migliori di altri. Queste ricerche mostrano che gli insegnanti hanno un atteggiamento più benevolo verso gli allievi che reputano speciali, ai quali insegnano più cose, e così confermano la propria aspettativa che essi siano davvero più bravi. Torneremo sulle conferme delle aspettative nel capitolo 3.

3.5. Sviluppo e cambiamento degli schemi

Le persone apprendono gli schemi e altre teorie ingenuie dalle loro stesse esperienze o da quel che altre persone dicono loro sul mondo [Anderson e Lindsay 1998]. Tuttavia, gli schemi di seconda mano tendono a includere meno variabilità rispetto a quelli generati da sé, e perciò creano impressioni più estreme. In uno studio [Gilovich 1987], i partecipanti – coppie di amici – dovevano valutare una terza persona che uno di loro conosceva bene, ma che l'altro conosceva solo per quello che gli aveva riferito il primo. Come mostra la tabella 1.8, le valutazioni erano più estreme per le persone conosciute indirettamente che non per quelle conosciute direttamente; risultati simili vengono da studi di laboratorio nei quali una persona era conosciuta direttamente o indirettamente.

Nel creare i propri schemi, le persone sono rapide a generalizzare, partendo a volte da due soli esempi (chiedete ad un bambino qualunque, dopo le sue due prime feste di compleanno, se i regali e la torta sono normali). Gli schemi diventano più astratti, complessi, organizzati, coesi e flessibili all'aumentare dell'esperienza (si pensi al copione della festa di compleanno posseduto da un adulto).

TAB. 1.8. Vicinanza ai valori estremi delle valutazioni di persone conosciute direttamente e indirettamente

VALUTAZIONE CONSENSUALE DELLA PERSONA CONOSCIUTA	CONOSCENZA		
	DIRETTA	INDIRETTA	DIFFERENZA
Simpatia	29,43	32,14	2,71
Antipatia	-29,28	-33,21	-3,93

Le valutazioni potevano variare da -36 a +36.

Fonte: GILOVICH [1987].

Molte forze psicologiche tendono a preservare gli schemi, rendendoli resistenti al cambiamento. Da un lato, reinterpretiamo le informazioni ambigue o eterogenee che potrebbero mettere in discussione i nostri schemi; facciamo sì che le informazioni rientrino nello schema. D'altro lato, l'uso rende gli schemi più estremi [Tesser 1978]: quanto più pensate al vostro hobby preferito, tanto più vi piace. Infine, il costo di costruire un nuovo schema sembra psicologicamente proibitivo. Nonostante tutto, le persone non sono sciocche. Gli schemi cambiano, e il cambiamento si realizza per tener conto di chiari esempi contrari, dell'esistenza di schemi alternativi, e dell'osservazione di casi particolari, quando sono unici.

3.6. Rappresentazione mentale di esperienze specifiche

Gli schemi e le aspettative sono solo rappresentazioni mentali ipotetiche. Data la grande importanza attribuita loro, ci si potrebbe chiedere se le persone prendano mai in considerazione i casi particolari. Le persone usano anche i dati grezzi? La risposta è positiva: le persone hanno rappresentazioni mentali multiple di stimoli o esperienze particolari, che derivano da conoscenze di prima o di seconda mano. Le persone non si limitano a generalizzare e memorizzare aspettative; le esperienze particolari sono esse stesse utili alla comprensione. Possiamo comprendere gli altri alla luce delle nostre esperienze concrete, memorizzate come una collezione di *esemplari* [Smith 1998]. Diversamente dalla sintesi astratta di una persona in un'impressione unitaria, gestaltica, la comprensione tramite esemplari raccoglie esperienze dirette e indirette, memorizzandole per uso futuro. Sarà possibile aggregare in seguito tali esperienze o esemplari per rispondere ad un problema generale. Ad esempio, se si vuole sapere se i professori sono spiritosi, basterà pensare a varie interazioni particolari con i professori e generalizzare alla luce dell'esperienza.

Un vantaggio di questo tipo di processo è la possibilità di trovare risposte impreviste: ad esempio, se tra i professori americani vi sia un nesso fra guidare un fuoristrada ed essere populistici, o guidare una berlina ed essere elitisti. Fra gli uccelli, ad esempio, le persone riconoscono il nesso tra l'essere di piccola taglia e cantare, e l'essere di grossa taglia ed emettere rauchi versi [Malt e Smith 1984]. Le rappresentazioni di esemplari possono anche essere sensibili al contesto immediato [Barsalou 1987]. Gli uccelli hanno becco e piume? Sì. Gli uccelli cantano? Sì, se si pensa agli uccelli «tipici», come i pettirossi o i passeri. Ma si considerino gli uccelli da fattoria. Si pensi a tutti quei versi rauchi e chiocci, quei chicchirichì, glu glu e qua qua: sarebbe un po' difficile parlare di canto. In questo contesto, forse il canto non è una caratteristica essenziale degli uccelli. Si potrebbe estendere questo esempio al caso dei professori («No, non cantano – non bene, almeno»), a meno di non considerare specificamente il corpo docente di certe facoltà umanistiche o di belle arti, nel qual caso vengo in mente molti eccellenti cantanti. La capacità della rappresentazione tramite esemplari di trovare risposte a domande insolite è evidente, ma dipende dal contesto.

3.7. Sommario

Gli schemi hanno una lunga storia nella psicologia, una storia che attraversa la psicologia evolutiva, cognitiva, sociale e clinica. La sfera delle applicazioni non ha smesso di allargarsi: nella ricerca psicologica le teorie degli schemi sono state applicate ad argomenti quali l'elaborazione di testi, il concetto di sé, i disordini della personalità, la percezione visiva, l'immagine corporea, la presa di decisione manageriale, l'insegnamento della matematica, la diagnosi clinica, la sessualità, il marketing, la causalità verbale, la giustizia penale, la leadership, i comportamenti che promuovono la salute, l'azione guidata da scopi, la costruzione di storie, gli stereotipi, le spiegazioni causali, i test di geometria, il ragionamento pragmatico, i ruoli di genere, la comprensione della lettura, le relazioni affettive, la presa di decisione in campo politico, la propensione a intentare causa [Fiske 2000b].

Nella psicologia sociale, gli schemi più comuni riguardano i tratti di personalità, il concetto di sé, i ruoli, i gruppi e gli eventi sociali. Gli schemi sociali guidano la codifica, il ricordo e la risposta, più che altro per rendere il pensiero sociale più efficiente e, in generale, per rispondere alle aspettative. Gli schemi si sviluppano e si modificano in seguito all'arrivo di nuove informazioni, ma

tendono a resistere al cambiamento. Anche il ricordo di esperienze specifiche guida la comprensione sociale.

4. SCOPI, AUTOMATISMI E CONTROLLO: NON SEMPRE RIUSCIAMO A CONTROLLARE QUELLO CHE PENSIAMO

L'impegnatissimo genitore che deve uscire per andare al lavoro e portare i figli a scuola mette i cereali del bambino sul pavimento per il cane e il macinato del cane sul tavolo per il bambino (senza contare tutte le volte in cui chiama il bambino con il nome del cane e viceversa) [Fiske, Haslam e Fiske 1991].

Esempi del genere illustrano un uso evidentemente inappropriato degli schemi, dovuto al poco tempo a disposizione. Lo si può confrontare con il tentativo del dottor Watson di utilizzare la deduzione scientifica nell'esame di un bastone da passeggio che reca un'incisione, datata 1884, per il dottor Mortimer: «dai suoi amici del C.C.H.». Watson deduce che il bastone da passeggio è di proprietà di un «anziano medico di successo, molto stimato», che deve essere un medico di campagna perché il bastone «è talmente usato» e «la punta di ferro è molto logora». Holmes gli chiarisce le idee.

In quale occasione è più probabile che venga offerto un dono di questo genere? Quando è che i suoi amici si riunirebbero per dargli un pegno del loro affetto? Ovviamente, nel momento in cui il dottor Mortimer abbandona la pratica ospedaliera per dedicarsi a quella privata, in campagna. [...]

Noterà che non poteva fare parte dello staff medico dell'ospedale dal momento che solo un uomo con una vasta clientela propria potrebbe occupare un posto del genere, e quell'uomo non si ritirerebbe certo a fare il medico di campagna. Cosa faceva, allora? Se lavorava in ospedale ma non faceva parte dello staff, non poteva essere che un chirurgo o un medico generico interno – poco più di uno studente anziano. E ha lasciato l'ospedale cinque anni fa – c'è la data sul bastone. Quindi, il suo austero e maturo medico di famiglia svanisce, mio caro Watson, per lasciare il posto a un giovanotto sotto i trent'anni, amabile, senza ambizioni, distratto, e padrone di un amatissimo cane che, a occhio e croce, descriverei come più grande di un terrier e più piccolo di un mastino.

[...] Secondo la mia esperienza, a questo mondo solo una persona amabile riceve dei pegni di amicizia, solo una persona priva di ambizioni abbandona una carriera a Londra per andarsene in campagna, e solo una

persona distratta lascia il bastone, ma non un suo biglietto da visita, dopo aver aspettato per un'ora.

E il cane?

È stato addestrato a portare il bastone seguendo il padrone. Il bastone è pesante, e il cane lo afferrava saldamente a metà, e sono visibilissimi i segni dei denti [Doyle 1892-1927; trad. it. 1991, 523-525].

Come mostrano questi esempi, il modo in cui gli schemi sono applicati dipende dagli scopi delle persone. Nel pasticcio macinato/cereali, l'affaccendato genitore era concentrato sullo scopo di fare in fretta, e sembrerebbe avere applicato indiscriminatamente il copione «nutrire le creature più piccole» al cane e al bambino. Nell'esempio Watson-Holmes, i due uomini avevano entrambi lo scopo di riflettere lentamente e accuratamente sul dottor Mortimer, anche se, evidentemente, non con lo stesso grado di accuratezza.

I processi mentali delle persone, accurati o meno, devono tener conto del mutare degli scopi e delle circostanze [Fiske 1992; 1993b; Jones e Thibaut 1958]. A volte possiamo lasciare la guida al pilota automatico, altre volte dobbiamo prendere in mano i comandi. Il grado di automatismo e di controllo è determinato dagli scopi perseguiti nell'interazione sociale, il che dimostra una volta di più che il pensiero è rivolto all'azione. I processi di comprensione sono catalizzati dalla motivazione a comprendere il mondo sociale, in funzione dell'interazione sociale. Che abbiano di mira l'accuratezza delle impressioni sociali e delle inferenze oppure usino schemi e aspettative per comprendere ciò che appare loro familiare, le persone sono motivate a raggiungere una comprensione «abbastanza buona», non palesemente sbagliata, del loro ambiente sociale. Le persone sono anche motivate ad avere fiducia negli altri (a parità di altre condizioni), così da vedere il lato positivo delle cose, se ciò è ragionevolmente possibile. La comprensione e la fiducia sono subordinate allo scopo di agire efficacemente nel proprio ambiente sociale. Per coordinarsi con gli altri è necessario, in certa misura, comprenderli e averne fiducia.

Le persone si preoccupano non solo dei processi di coordinamento, cooperazione e controllo riguardanti gli altri, ma anche dei processi di coordinazione e di controllo riguardanti se stesse. Una caratteristica decisiva della cognizione sociale è quanto essa sia – o non sia – controllabile. Qualcuno ha affermato [Bargh 1997] che il 99,44% dei pensieri e delle azioni delle persone è automatico, mentre altri sono convinti che le persone abbiano una più vasta possibilità di scelta. Alcune delle più interessanti ricerche condotte recentemente nell'ambito della psicologia sociale ruotano attorno a questi temi. Dopo aver considerato

le varie forme di automatismo e controllo, vedremo dove potrebbe trovarsi il punto d'equilibrio.

4.1. Automatismo: il nuovo inconscio

Le attività mentali completamente automatiche si svolgono senza intenzione, involontariamente, senza sforzo e inconsapevolmente. L'automatismo può essere definito in termini condizionali: «Data la presenza o il verificarsi di un particolare insieme di caratteristiche (per esempio, una persona o un evento), ne seguirà un certo effetto psicologico, emotivo o comportamentale» [Bargh 1997, 2]. Sapere quanto fa 2+2 si qualificerebbe come una semplice forma di automatismo, al pari del ritrarsi alla vista di una persona d'aspetto ripugnante. Dattilografare e guidare l'auto sono esempi più complessi di azioni automatiche non sociali. Forme di automatismo complesso più sociali hanno portata più vasta, come vedremo nel prossimo paragrafo; ma eccone un'illustrazione:

Diversi anni fa, io e un amico eravamo seduti su una panchina in un centro commerciale a Cambridge, Massachusetts. Chiacchieravamo del più e del meno, mentre la musica classica si diffondeva nell'aria, quando all'improvviso sentimmo alle nostre spalle un rumore di passi precipitosi. Ci voltammo e vedemmo sfrecciare davanti a noi due uomini di colore seguiti da un terzo individuo; quest'ultimo era bianco e aveva l'uniforme delle guardie di sicurezza. Il mio amico, che ha una viva coscienza civica, balzò in piedi. Non fece in tempo a bloccare il primo individuo, ma riuscì ad abbrancare il secondo. Finirono entrambi a terra a gambe levate; il mio amico si ruppe gli occhiali, la guardia giurata per poco non gli cadde addosso. Il primo individuo si dileguò. Come scoprimmo più tardi, aveva appena rapinato un negozio, e l'uomo che il mio amico aveva placcato era il proprietario del negozio. Perciò il vero ladro, il primo afroamericano, riuscì a cavarsela grazie al mio amico. Per tutte le persone coinvolte, l'episodio fu molto sgradevole e umiliante [Fiske 1995, 150].

In che modo reazioni siffatte diventano automatiche? Si tratta di processi che non emergono di punto in bianco. Non è immediato assumere che due uomini di colore siano necessariamente insieme e che, se uno di loro è un ladro, allora lo sarà anche l'altro. I processi automatici non sono del tipo «tutto o nien-

te», come un interruttore. Piuttosto, come un regolatore di luminosità, variano dalla piena luce della totale coscienza all'oscurità dell'inconscio più profondo. La ripetizione è la strada che porta all'automatismo. Le persone che apprendono una nuova attività fisica, ad esempio, si esercitano in quell'attività finché non diventa abituale. Anche i processi sociopsicologici diventano automatici con la pratica [Smith 1998]. Per esempio, un funzionario cui sono affidati gli individui in libertà vigilata, a forza di vagliarne la serietà, l'affidabilità e l'onestà può finire col produrre giudizi più automatici che deliberati; un professore, dopo cento esami orali, impara a valutare abbastanza rapidamente la preparazione degli studenti; e una persona che chiede l'elemosina sa giudicare quasi all'istante la generosità dei potenziali donatori. I processi sociocognitivi variano da quelli più esercitati e automatici a quelli più controllati [Bargh 1984; 1996], come vedremo più avanti.

4.1.1. Automatismo preconsciouso

Immaginate che uno sperimentatore vi faccia sedere di fronte allo schermo di un computer sul quale appare poi una serie di piccoli lampi di luce, ciascuno seguito da un ideogramma cinese. Dopo di che lo sperimentatore vi chiede di esprimere un giudizio sugli ideogrammi e, per quanto l'esercizio vi possa apparire gratuito, scoprite che alcuni vi piacciono più di altri. L'esperimento è stato effettivamente eseguito e i partecipanti preferivano gli ideogrammi preceduti da un *prime* positivo subottimale ovvero *subliminale*. Ciascuno dei lampi di luce iniziali era in realtà la variabile indipendente dell'esperimento: raffigurava una faccia sorridente o arrabbiata, che appariva per 4 millisecondi (4/1000 di secondo). Questi stimoli presentati per brevissimo tempo influenzavano la valutazione degli ideogrammi che li seguivano [Murphy, Monahan e Zajonc 1995]. In altri termini, queste facce fungevano da «*prime*» (uno stimolo precedente che attiva informazioni tali da influenzare l'interpretazione delle informazioni successive). Rispetto a un gruppo di controllo senza *prime*, i *prime* positivi producevano una valutazione più favorevole nei confronti degli ideogrammi, mentre quelli negativi producevano una valutazione meno sfavorevole. Questi effetti aumentavano proporzionalmente al numero di esposizioni alla coppia *prime*-ideogramma (vedi fig. 1.4).

Questo risultato illustra il fenomeno dell'**automatismo preconsciouso**, poiché lo stimolo *prime* (la faccia allegra o arrabbiata) è presentato al di sotto del livello della consapevolezza, e tuttavia influenza il giudizio. L'automatismo preconsciouso è la pietra di paragone dei processi automatici, il tipo di risposta più schiettamente automatica. A conferma delle peggiori paure del pubblico, i gestori delle

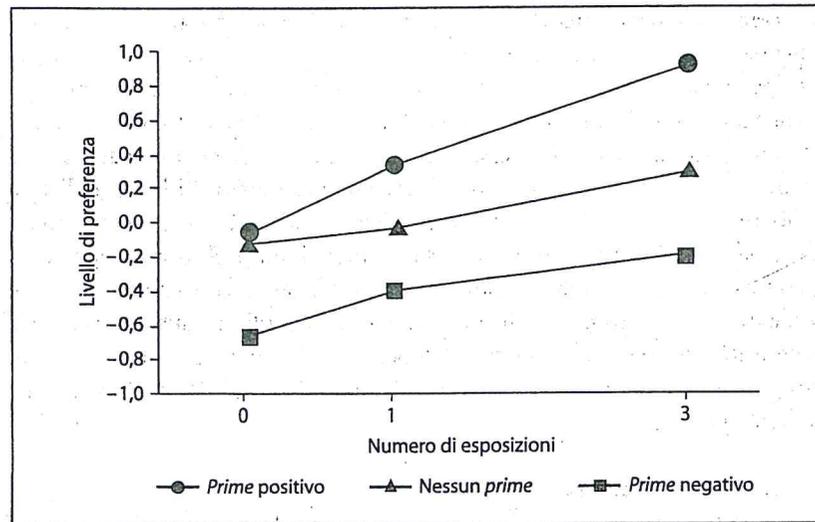


fig. 1.4. Giudizi di preferenza in funzione degli stimoli «prime» affettivi subottimali e del numero di esposizioni.

Fonte: MURPHY, MONAHAN e ZAJONC [1995].

sale cinematografiche potrebbero sfruttare questa tecnica per indurre gli spettatori a comprare una bibita durante la proiezione di un film [Cooper e Cooper 2002]. Naturalmente, questo tipo di *priming* subliminale può operare anche nella vita reale: per esempio, quando vediamo balenare uno sguardo corrucciato o, giocando a carte, la mano dell'avversario, siamo influenzati inconsciamente, che lo vogliamo o no, da queste rapide esposizioni.

Un altro tipo di automatismo preconscious ha luogo più spesso nella vita quotidiana. Inconsciamente, le persone sono soggette a un *prime* permanente o, per così dire, cronico, nei confronti di certe dimensioni della cognizione sociale. Un mio anziano parente, ad esempio, giudica tutte le donne per il loro aspetto e tutti gli uomini per la loro importanza. E alcuni studenti descrivono abitualmente gli altri in termini caratteristici – per esempio, come spiritosi, intelligenti, amichevoli, chiassosi o impegnati. Le persone si focalizzano su queste dimensioni cronicamente accessibili e ne ignorano altre che per loro non sono croniche. Perciò questi *tratti cronicamente accessibili* influenzano a livello preconscious le impressioni e il ricordo di altre persone [Higgins, King e Mavin 1982]. Come il *priming* subliminale, l'*accessibilità cronica* opera a livello preconscious per filtrare e modellare la nostra esperienza sociale.

4.1.2. Automatismo postconscious

Come esercizio, mandate a memoria i seguenti termini: *avventuroso, indipendente, sicuro di sé, tenace*. Quale tecnica usate? Alcuni studenti si limitano alla reiterazione, ripetendo le parole. Altri compongono le lettere iniziali in un acronimo, come T(enace), I(ndipendente), S(icuro di sé), A(vventuroso). Altri ancora immaginano una persona in possesso di tutte queste caratteristiche: riuscite a formarvene facilmente un'impressione?

Adesso chiedetevi quale tecnica abbia più probabilità di riuscire. È stato dimostrato che usare le caratteristiche per formarsi un'impressione della persona è il metodo migliore [Hamilton, Katz e Leirer 1980]. Ciò illustra l'**automatismo postconscious**, giacché vi è consapevolezza delle parole e del processo nel quale si è impegnati (la formazione di un'impressione) ma non vi è necessariamente consapevolezza degli effetti di tale processo sulla memorizzazione.

Proviamo adesso con un altro esperimento. Anzitutto, leggete un paio di volte il brano che segue:

Donald dedicava molto tempo alla ricerca di quella che era solito chiamare eccitazione. Aveva già scalato il monte McKinley, si era lanciato lungo le rapide del Colorado in kayak, aveva partecipato a una di quelle corse automobilistiche in cui vince l'ultima vettura in grado di muoversi, aveva pilotato una barca a idrogetto senza saperne granché di barche. Più volte aveva rischiato di farsi male e anche di morire. Adesso era alla ricerca di nuova eccitazione. Pensava che forse avrebbe potuto fare del paracadutismo acrobatico, o – perché no? – attraversare l'Atlantico in barca a vela. Da come si comportava, si vedeva benissimo che Donald era perfettamente consapevole della sua capacità di fare bene molte cose. Prescindendo dalle sue relazioni di lavoro, i contatti di Donald con le altre persone erano abbastanza limitati. Aveva l'impressione di non avere bisogno dell'aiuto di nessuno. Se Donald si metteva in testa di fare qualcosa, la si poteva dare per fatta, non importa quanto tempo ci sarebbe voluto o quanto sarebbe stato difficile riuscirci. Quasi mai cambiava opinione, neanche quando sarebbe stato meglio farlo [Higgins, Rholes e Jones 1977].

Tutto sommato, qual è la vostra valutazione di piacevolezza di Donald? Più positiva che negativa o più negativa che positiva? Se rispondete come i partecipanti di uno studio [*ibidem*], giudicherete Donald più positivamente che negativamente. Parte della ragione è la lista di termini rappresentanti tratti che avete memorizzato (o almeno letto diverse volte) poco fa. In effetti, ho usato quei termini non solo a fini illustrativi, ma anche per preattivare (*prime*) in voi, a

livello postconscio, un'impressione positiva di Donald. Provate una condizione sperimentale alternativa a casa, con un amico o un parente. Chiedetegli di memorizzare questa lista di termini: *spericolato, presuntuoso, distaccato, caparbio*. Poi, come parte di un «altro esperimento», chiedete alla persona di leggere e valutare il brano di Donald; la reazione della persona, in media, dovrebbe essere più negativa della vostra. Di nuovo, questo costituisce un tipo di effetto di *priming* postconscio, nel quale il *prime* e lo stimolo sono consci, ma non ciò che li lega.

Anche un altro studio [Bargh, Chen e Burrows 1996], già descritto in questo capitolo – quello in cui i partecipanti percepivano consapevolmente delle parole associate a stereotipi sulle persone anziane, dopo di che camminavano più lentamente –, è un esempio di *priming* postconscio. (L'esperimento di *priming* condotto da questi stessi ricercatori sullo stereotipo del maschio di colore, invece, era subliminale e perciò preconscious.)

Un altro esempio di automatismo postconscio è l'effetto dell'umore sul comportamento quotidiano. Per esempio, alcuni studenti andavano a studiare in una biblioteca e scoprivano su un banco vuoto una grossa busta, la quale conteneva illustrazioni fatte in modo da suscitare buon umore (vignette umoristiche) o cattivo umore (incidenti automobilistici). Poco dopo entrava uno sconosciuto e chiedeva agli studenti qualche foglio di carta. Quando gli studenti erano di cattivo umore, e specialmente se lo sconosciuto si rivolgeva loro in modo sgarbato («Datemi dei fogli di carta»), era più probabile che respingessero la richiesta e in seguito la giudicassero negativamente, rispetto ad altri studenti mossi al buon umore dal diverso *prime* [Forgas 1998]. Questo effetto è postconscio perché, ancora una volta, i partecipanti erano perfettamente consapevoli delle illustrazioni, ma non del loro effetto sulla risposta successiva. L'umore influenza anche il giudizio: nel giudicare gli eventi, le persone tendono a formulare giudizi congruenti con l'umore del momento [Mayer *et al.* 1992]. Le persone giungono al punto di giudicare migliore la propria vita se sono di buon umore perché il tempo è bello [Schwartz e Clore 1983]. Gli effetti automatici dell'umore cronico possono creare una spirale negativa quando una persona è costantemente depressa.

Ancora un esempio: gli *effetti di salienza* possono costituire un'ulteriore forma di automatismo postconscio. Il mero punto di vista fisico determina importanti giudizi sociali [Taylor e Fiske 1975]. Alcuni studenti, seduti in cerchio, osservavano due di loro che conversavano, dopo di che dovevano giudicare chi dei due avesse influenzato maggiormente la conversazione. Benché la posizione di ciascuno fosse perfettamente arbitraria, i partecipanti giudicavano la perso-

na che avevano di fronte come più importante dell'altra nel determinare tono e contenuto della conversazione. (A chi ha orecchi per intendere: la posizione occupata in un seminario – di fronte al docente – può far sì che uno studente dia l'impressione di contribuire alla discussione più di un altro.) Inoltre [Taylor e Fiske 1978], sono stati osservati giudizi più estremi nei confronti delle persone che spiccavano in un gruppo (per esempio, l'unico uomo o l'unica donna in un gruppo di persone dell'altro sesso, o l'unico nero in un gruppo di bianchi). Il punto qui è che le persone *salienti*, che spiccano e attraggono maggiormente l'attenzione visiva, sono lodate o biasimate più delle persone che vengono notate meno.

Un ultimo esempio viene da recenti ricerche sugli effetti della direzione dello sguardo [Macrae *et al.* 2002]. È stato mostrato che quando una persona volge lo sguardo direttamente verso di noi, possiamo più rapidamente categorizzare quella persona e avere accesso a informazioni stereotipiche. Presumibilmente, il fatto che la persona ci fissi indica che siamo al centro della sua attenzione, e implica che possono essere dirette verso di noi, oltre che la sua attenzione, anche le sue intenzioni. In tal caso, prendere rapidamente decisioni a proposito di quella persona può essere adattativo. Come nel caso del *priming* delle impressioni, dell'umore e degli effetti di salienza, gli effetti della direzione dello sguardo sono postconsci perché lo stimolo che suscita l'effetto è del tutto conscio, benché non lo sia la sua azione. Così, il processo può svolgersi senza intenzione, involontariamente, senza sforzo e inconsapevolmente, anche se lo stimolo scatenante non è fuori della consapevolezza.

4.1.3. Automatismo dipendente da scopi

Risalendo la scala che dalle risposte del tutto automatiche procede verso quelle più controllate, troviamo l'**automatismo dipendente da scopi**, che opera involontariamente, senza sforzo e fuori della coscienza, pur essendo basato su intenzioni cosce. In altri termini, quando le persone si prefiggono degli scopi, al loro servizio entrano in gioco dei processi automatici. Alcuni risultati ormai classici della psicologia sociale ricadono in questa categoria. I pensieri stessi delle persone dimostrano l'automatismo dipendente da scopi in almeno tre modi: nella difficoltà di sopprimere i pensieri indesiderati, nelle ruminazioni, e nelle abitudini.

Per afferrare questo punto, potete sottoporvi ad un esperimento di *soppressione del pensiero*. Smettete di leggere e cercate di *non* pensare a un orso bianco per un minuto intero. Ogni volta che ci pensate, fate una crocetta su un foglio di carta. Ma cercate in tutti i modi di non pensarci. Quando le

persone cercano di sopprimere un pensiero, tendono a non riuscirci perché, ironicamente, proprio lo sforzo per sopprimere quel pensiero provoca il risultato opposto [Wegner 1994]. Se avete fatto l'esperimento dell'orso bianco, è probabile che non siate riusciti a sopprimere completamente il pensiero. L'atto stesso di verificare se avete pensato quel pensiero fa sì che esso si attivi automaticamente. E qualunque distrattore possiate escogitare (dei maggiolini Volkswagen rossi) finirà con l'associarsi al pensiero proibito (degli orsi che scendono dalle Volkswagen), riportandolo una volta di più alla mente. I processi che portano il pensiero alla mente sono automatici, ma lo scopo che li mette in movimento non lo è.

Analogamente, le **ruminazioni** – pensieri coscienti rivolti ad un oggetto determinato per un esteso periodo di tempo – sono il risultato di scopi [Martín e Tesser 1989]. Quando gli scopi di una persona sono frustrati (per esempio, quello di mettersi insieme all'inaccessibile ragazza dei propri sogni), la frustrazione dà motivo di provarci ancora (chiedendo ancora, e ancora senza successo, un appuntamento). Dopo di che la persona comincerà a pensare ad altri modi di raggiungere quello scopo, a sognare ad occhi aperti sull'appuntamento mai goduto e, per finire, cercherà di togliersi dalla mente quella ragazza (una difficoltà al centro di molte canzoni popolari sulle ossessioni romantiche).

Comunque siano attivati, gli scopi evocano rapidamente le **abitudini** – comportamenti automatici guidati da scopi – ad essi associate [Aarts e Dijksterhuis 2000]. Per esempio, le persone abituate ad andare in bicicletta rispondevano subito alla parola «bicicletta» dopo che era stato presentato loro come *prime* lo scopo di raggiungere un luogo vicino (per esempio, l'università). Non lo faceva invece chi non andava abitualmente in bicicletta (vedi tab. 1.9). Così, nel bene e nel male, gli scopi evocano pensieri e comportamenti abituali.

TAB. 1.9. Velocità di risposta alla parola «bicicletta»

	SCOPO DI SPOSTARSI USATO COME «PRIME»	
	No	Sì
Livello dell'abitudine		
Ciclisti non abituali	863	958
Ciclisti abituali	883	759

I numeri indicano i millisecondi impiegati per rispondere, perciò numeri più piccoli indicano risposte più rapide.

Fonte: AARTS e DIJKSTERHUIS [2000].

Ma non è detta l'ultima parola. Sebbene le persone possano avere difficoltà a sopprimere pensieri indesiderati e a dirigere altrove ruminazioni non richieste, la pratica produce risultati. Quando le persone vengono ad avere uno scopo che implica il ripetersi di processi sociocognitivi, il processo, come già osservato, può diventare automatico. La ripetizione facilita le successive

risposte di fronte allo stesso problema [Smith 1998]. La pratica può anche essere subordinata a scopi differenti, a processi di pensiero alternativi, ad altri scopi scelti liberamente. Per quel che riguarda lo scopo di raggiungere un luogo vicino, che abbiamo visto preattivava come *prime* la parola «bicicletta», una persona può deliberatamente porre mente a scopi alternativi (lavorare da casa); a processi di pensiero alternativi (focalizzarsi sui piaceri dell'andare in bicicletta o del camminare), o alla creazione di uno scopo tutto nuovo. Ciò che all'inizio è deliberato può diventare, con la ripetizione, automatico.

Prima di mettere da parte l'automatismo dipendente da scopi, si considerino due forme di inferenza disposizionale, che illustrano anch'esse come l'automatismo può dipendere da scopi. Le persone possono osservare un comportamento e categorizzarlo all'istante alla luce dei tratti di personalità pertinenti [Todorov e Uleman 2002; Winter e Uleman 1984], e possono fare attribuzioni disposizionali in maniera relativamente automatica [Gilbert 1998]. Le inferenze spontanee basate su tratti sono assimilabili all'automatismo dipendente da scopi, in quanto sembrano più probabili quando il soggetto percipiente ha lo scopo di formarsi un'impressione dell'altra persona che non in caso contrario.

4.1.4. Controllo pienamente intenzionale

Per fare esercizio di **intenzionalità**, una persona deve *a)* avere delle alternative, *b)* fare la scelta più difficile e *c)* prestare attenzione [Fiske 1989]. Perciò, per manifestare intenzionalità, una persona deve anzitutto poter scegliere, come negli eterni dilemmi che seguono. È una fredda mattina d'inverno: mi alzo o resto al caldo sotto le coperte? Spendo tutti i soldi che ho o li metto da parte? Mi lascio sedurre o mi tiro indietro? In questi casi, ci sono alternative e perciò c'è intenzionalità. Per contro, non c'è intenzionalità nell'allontanare la mano da una fiamma ardente. In generale, quando c'è una scelta, una possibilità è l'alternativa facile, dominante, che rende meno evidente l'intenzionalità («Non potei fare a meno di...»); l'altra alternativa, se viene scelta, dimostra l'intenzionalità in modo più palese (fare la scelta più difficile). Per mettere in pratica l'alternativa scelta, l'attore intenzionale deve concentrarsi su di essa (immaginare le cose da fare dopo essersi alzati; pianificare il modo di risparmiare denaro; pensare a una relazione più soddisfacente). Prestare attenzione, formarsi immagini mentali dell'azione, simulare l'intero processo: tutto ciò facilita la messa in atto dell'intenzione.

Mettere in atto un'intenzione implica una **disposizione mentale esecutiva** (*implemental*), che differisce dalla **disposizione mentale deliberativa** (*deliberative*) che caratterizza la presa di decisione prima dell'azione [Gollwitzer, Heck-

hausen e Steller 1990]. Quando è il momento di decidere, le persone considerano le alternative che hanno di fronte e valutano tutti i tipi di informazioni. A decisione presa, passano alla sua esecuzione, e si concentrano sulle informazioni che possono aiutarle ad attuare la loro scelta. È più probabile che le persone mettano in atto le loro intenzioni (per esempio, portare a termine un lavoro durante le vacanze di Natale) quando formulano specifici piani esecutivi (nella situazione *y*, metterò in pratica il comportamento *z*) [Gollwitzer e Brandsdatter 1997]. Per esempio, una persona potrebbe pensare: «Comincerò il lavoro la mattina dopo Natale, quando i miei familiari escono per cambiare i doni non graditi». Questo specifico piano esecutivo funziona meglio di «Farò il lavoro durante le vacanze di Natale».

4.2. Scopi che favoriscono l'automatismo e il controllo

Sapendo che la cognizione sociale va dall'automatismo preconscious al controllo completamente intenzionale – passando per l'automatismo postconscious e l'automatismo dipendente da scopi –, ci si potrebbe ben chiedere, per prima cosa, in che modo le persone giungono a questi processi relativamente automatici o controllati. In accordo con la concezione degli individui come «tattici motivati» (cui abbiamo già accennato), la cognizione sociale può seguire la via automatica, facile, se è motivata a prendere comunque una decisione, ma può preferire il processo più controllato e gravoso se è motivata ad evitare gli errori. Questa tattica a duplice processo (uno più automatico, l'altro più controllato) caratterizza vari comportamenti sociali [Chaiken e Trope 1999]. Entrambi i processi, sebbene contrapposti, sono funzionali all'importante motivazione sociale a comprendere.

4.2.1. Evitare l'indecisione

La motivazione a controllare – cioè, ad essere efficaci nell'ambiente – accresce il costo dell'indecisione. La necessità di prendere una decisione, qualunque decisione «abbastanza buona», può dominare ogni altro scopo [Kruglanski e Webster 1991; 1996]. Diverse variabili situazionali creano sottoscopi rivolti all'urgenza (decidere rapidamente) e alla permanenza (non riaprire la decisione). Il poco tempo a disposizione, i disturbi ambientali, la stanchezza mentale, la richiesta di un giudizio, la noia che incombe: tutto ciò motiva la persona a chiudere una decisione, raccogliendo subito le informazioni accessibili e ancorandosi rapidamente al primo giudizio.

Oltre a questi fattori situazionali che inducono a prendere comunque una decisione, le differenze individuali nel **bisogno di chiusura cognitiva** – il bisogno di ottenere una risposta chiara e non ambigua intorno a un oggetto di conoscenza – operano in modo simile, creando una preferenza per l'ordine e la prevedibilità, una tendenza a evitare l'indecisione, un'avversione per l'ambiguità, un atteggiamento di chiusura mentale. Le persone differiscono, oltre che individualmente, anche secondo la vocazione professionale: gli studenti di ragioneria hanno punteggi più elevati nel bisogno di chiusura rispetto agli studenti di belle arti [Webster e Kruglanski 1994]. È stato anche mostrato che le persone con un punteggio elevato nel bisogno di chiusura cercano spiegazioni stabili diverse secondo la cultura d'appartenenza (disposizioni individuali o di gruppo) [Chiu *et al.* 2000]. Un costrutto affine, il **bisogno personale di struttura** [Neuberg e Newsom 1993], orienta le persone verso forme di organizzazione e di comprensione relativamente automatiche. Nel complesso, nella comprensione del mondo sociale, la tendenza ad evitare l'indecisione favorisce i processi relativamente automatici e inibisce quelli più controllati.

4.2.2. Evitare gli errori

Le persone, per soddisfare la loro motivazione a comprendere, non sono solo motivate a decidere. Anche il *desiderio di accuratezza* si ricollega al bisogno di comprendere. Poiché tale comprensione, di regola, è condivisa socialmente, sono qui in gioco le fondamentali motivazioni sociali alla comprensione e all'appartenenza.

Vari processi sensibilizzano le persone nei confronti della possibilità di commettere errori. L'incremento dei costi di una decisione sbagliata, la richiesta di osservare prudenza, un esame minuzioso delle proprie decisioni: tutto ciò fa sì che le persone usino una maggior quantità di informazioni nel tentativo di essere accurate, anche se non è detto che ci riescano. Per esempio, rendere le persone *responsabili* delle proprie decisioni dicendo loro che dovranno giustificarle di fronte a un terzo, fa sì che esse usino le informazioni disponibili persino quando non è appropriato [Tetlock 1992].

Rendere le persone dipendenti da altre persone ha conseguenze analoghe [Erber e Fiske 1984]. Quando hanno bisogno l'una dell'altra per raggiungere uno scopo – quando *la dipendenza riguarda il risultato* – le persone cercano di conoscersi più a fondo, concentrandosi soprattutto sulle informazioni meno conciliabili con lo schema dell'altra persona. Esse compiono più inferenze disposizionali basate su queste informazioni inattese e producono un maggior numero di risposte individuali. Perché ciò avvenga, non è necessario che le persone

collaborino assieme, sebbene quest'ultimo sia un ovvio caso di interdipendenza. È sufficiente che i risultati prodotti dalle persone siano correlati, come accade in una partita a tennis, ed esse saranno motivate a produrre giudizi accurati sugli altri. Dipendere dalle altre persone, in una relazione cooperativa o competitiva, crea il bisogno di conoscerle accuratamente per accrescere la propria percezione di previsione e di controllo [Neuberg 1989; Neuberg e Fiske 1987]. È importante qui anche la motivazione al controllo. Le persone che sperimentano temporaneamente una diminuzione del controllo concentrano maggiormente i propri pensieri sugli altri [Pittman e Pittman 1980].

Le differenze individuali nella percezione di (mancanza di) controllo influenzano la cognizione sociale. Le persone cronicamente incerte circa le cause dei risultati prodotti da loro o da altri sono più sensibili e attente alle informazioni sociali [Weary e Edwards 1994]. Anche le persone depresse e con una percezione di controllo cronicamente bassa si focalizzano sulla comprensione dei dettagli [Edwards e Weary 1993]. *L'incertezza causale* fa sì che le persone mettano al centro dei propri pensieri il tentativo di recuperare capacità di previsione e controllo. Inoltre, anche la responsabilità e l'interdipendenza rispecchiano le fondamentali motivazioni sociali all'appartenenza e alla comprensione degli altri in modi socialmente significativi.

■ SOMMARIO

Ecco un'ultima lezione di cognizione sociale impartita da Sherlock Holmes, nella quale egli spiega come sapesse che Watson si era appena ripreso da un raffreddore fuori stagione:

«Le sue pantofole sono nuove», disse. «Le porta sicuramente da non più di una settimana. Le soles, che in questo momento lei mi sta mostrando, sono leggermente strinate. Per un attimo ho pensato che si fossero bagnate e messe ad asciugare troppo vicino al fuoco. Ma al centro della suola c'è un dischetto di carta con i segni distintivi del negoziante. L'umidità l'avrebbe staccato. Quindi, lei è stato seduto con i piedi stesi verso il fuoco, cosa che un uomo in buona salute non farebbe, anche in un giugno così piovoso» [Doyle 1892-1927; trad. it. 1991, 392-393].

I comuni mortali non raggiungono le vette di Sherlock Holmes, sia per quel che riguarda le conoscenze sul comportamento, le motivazioni e l'occupazione delle persone (quali sono rivelate dalle tracce lasciate su corpi, abiti e beni per-

sonali), sia per quel che riguarda l'abilità nel trovare le spiegazioni più verosimili e coerenti. Eppure la cognizione sociale ordinaria – il processo per cui le persone pensano e danno senso alle altre persone, a se stessi e alle situazioni sociali – è al servizio degli scopi della vita quotidiana. Sul piano pragmatico, funziona quasi sempre bene, malgrado tutte le fisime e ubbie che ciascuno di noi ha. La motivazione a comprendere è influenzata dal fatto che gli esseri umani sono tattici motivati, che bilanciano l'uso delle risorse mentali con la necessità di accuratezza pragmatica. La motivazione delle persone ad avere fiducia negli altri e a metterli al centro dei propri pensieri è temperata dalla loro acuta sensibilità per le informazioni negative. Gli psicologi sociali, nello studiare la struttura e i processi cognitivi alla luce di queste motivazioni sociali di base, hanno osservato una varietà di fenomeni pragmatici legati all'accuratezza delle impressioni e delle inferenze, nonché al ruolo degli schemi e degli scopi.

Le impressioni sono notevolmente accurate, come mostra il consenso che si osserva fin dai primi momenti dell'interazione, specialmente per quanto riguarda tratti interpersonali come l'estroversione e la gradevolezza, in particolar modo nei contesti familiari. Le inferenze delle persone sono ben distanti, in ogni stadio, dai modelli normativi, poiché le persone usano scorciatoie euristiche. Tuttavia, il contesto sociale provvede un complesso di pesi e contrappesi, e certi tipi di apprendimento possono migliorare la presa di decisione.

Il concetto di schema è nato nella psicologia, in generale, per descrivere il modo in cui le persone fanno uso di strutture cognitive organizzate e familiari. Nella psicologia sociale, esso trae origine dai modelli gestaltisti della formazione delle impressioni, in contrapposizione con i modelli più elementaristi. Le persone comprendono il loro mondo sociale attraverso schemi delle persone, del Sé, dei ruoli, dei gruppi e degli eventi; tali schemi guidano la codifica, la memoria e l'azione. In generale, gli schemi favoriscono le informazioni coerenti con gli schemi stessi, e si sviluppano a partire da esperienze dirette o indirette.

I processi sociocognitivi possono variare dall'automatismo preconsciouso al controllo completamente intenzionale (passando per l'automatismo postconsciouso e l'automatismo dipendente da scopi). Le persone, alla luce dei loro scopi, possono essere più decise o più caute, secondo le circostanze e le differenze individuali.

Tutti questi processi – collegati con la presa di decisione, gli schemi e gli scopi – sono subordinati alla basilare motivazione sociale a comprendere gli altri. La comprensione, in primo luogo, mette la cognizione sociale al servizio del controllo, sebbene generalmente le persone siano motivate a fidarsi, entro certi limiti, degli altri. Nel pensiero sociale, si può concludere, meritiamo la sufficienza: non saremo degli Sherlock Holmes, ma nemmeno degli asini patentati.