

C.I. GIUDIZIO SOCIALE E
COMUNICAZIONE & PSICOLOGIA DEI
PROCESSI DECISIONALI
a. a. 2020-21

MODULO 1:

Giudizio sociale e comunicazione (6 cfu) - I semestre

MODULO 2:

Psicologia delle decisioni (6 cfu) - I semestre

1

LEZIONI

- ORARIO
martedì 11-13 (11.30), mercoledì 14-17
(14.30)

2

LEZIONI

Obiettivo: analizzare

- la comunicazione dal punto di vista della
cognizione sociale

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

- lo scambio di argomentazioni tra individui
come la principale funzione del ragionamento

maggiore è il conflitto e l'intensità del dibattito
più accurata diventa la valutazione degli
argomenti

3

LEZIONI

CONTENUTO

- Le basi sociali e cognitive del giudizio e del
giudizio sociale
 - Euristiche & bias
 - Bias di conferma
 - Impact Bias
 - Difficoltà ad assumere il punto di vista altrui
maledizione della conoscenza
bias egocentrico

4

LEZIONI

CONTENUTO

- Discrepanze sé/altro nella percezione dei bias

The bias blind spot (Pronin et al. 2002)

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

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

5

LEZIONI

CONTENUTO

Effetti dei bias cognitivi e motivazionali sulla comunicazione interpersonale e intergruppo

i bias cognitivi, percettivi e motivazionali possono creare, inasprire e mantenere i conflitti tra individui e gruppi

6

LEZIONI

CONTENUTO

La teoria argomentativa del ragionamento (Sperber & Mercier, 2011)

- discrepanza nella qualità delle valutazioni dei propri argomenti e degli argomenti proposti dagli altri
- la diffusione di idee controintuitive

7

MATERIALE

- **Fiske S.T.**, *La cognizione sociale*. Il Mulino, Bologna, 2006, cap. 1.
- **Wilson T.D. & Gilbert D.T.**, Affective Forecasting. *Current Directions in Psychological Science*, 2005, 14, 131-134.
- **Pronin E., Gilovich T. & Ross L.** (2004). Objectivity in the eye of the beholder: Divergent perceptions of bias in self versus others. *Psychological Review*, 111, 781-799.
- **Pronin E., Puccio C. & Ross L.** (2002) "Understanding Misunderstanding: Social Psychological Perspectives" in T. Gilovich, D. Griffin & D. Kahneman, *Heuristics and Biases. The psychology of Intuitive judgment*. Cambridge University Press, 636-665.
- **Rich P., Van Loon M., Dunlosky J. & Zaragoza M.**, (2017). Belief in Corrective Feedback for Common Misconceptions: Implications for Knowledge Revision". *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 43, 492-501.
- **Mercier H.** (2016). The Argumentative Theory: Predictions and Empirical Evidence. *Trends in Cognitive Sciences*, 20, 689-700.

8

MATERIALE

- **Tre** articoli (due assegnati e uno a scelta) tra:
 - lista da definire

 - Slide del corso

9

Attività integrative (per frequentanti)

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

10

ESAME

PROVA SCRITTA

- svolgimento sintetico di quattro argomenti proposti (2*15 m + 2*5 m + 5 m → 45 minuti)
 - voto: $8 + 2 * (\text{da } 0 \text{ a } 7,5) + 2 * (\text{da } 0 \text{ a } 4)$

PROVA ORALE

- per gli studenti frequentanti la valutazione prevede anche la discussione del lavoro svolto durante gli incontri seminariali [voto in trentesimi che fa media con il voto dello scritto: media ponderata con peso allo scritto di 2/3]
- su richiesta dello studente, orale sull'intero programma [il voto finale è la media pesata dei voti riportati nelle due prove: 2/3 alla prova scritta 1/3 alla prova orale]

11

1. Moodle

- Modulo di *Giudizio sociale e comunicazione* 2019-20
- Chiave di accesso: *SOC&COM20*
- Troverete: programma, slide, articoli in inglese, annunci vari, date appelli. Iscrivetevi e inserite l'indirizzo e-mail che effettivamente usate

2. MS Teams

- *SOC&COM 20-21*

Lezioni in live streaming e video delle lezioni

3. ISCRIZIONE APPELLI

- ESSE3 (obbligatoriamente)

12

Cognizione sociale

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

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

13

Lo studio della cognizione sociale

integrazione tra

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

e

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

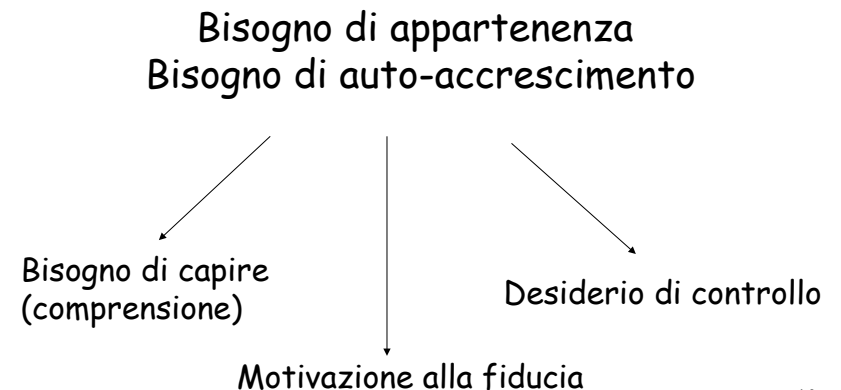
14

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

Uomo → sistema di elaborazione delle informazioni
[*Human information processing*]

15

Per comprendere percezioni, giudizi e comportamenti sociali si devono considerare le **motivazioni sociali fondamentali**



16

Bisogno di capire (comprensione)

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

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

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

17

Bisogno di capire (comprensione)

Le persone non ricercano la soluzione ottimale, ma una soluzione accettabile (Simon, 1957)

- complessità del mondo
- caratteristiche finite del sistema cognitivo

⇒ il bisogno di risparmiare risorse cognitive



sviluppo di strumenti: categorizzazione, euristiche

Fiske e Taylor (1984)

uomo come *economizzatore cognitivo (cognitive miser)*

18

Bisogno di capire (comprensione)

Fiske e Taylor (1991)

tattico motivato

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

la profondità della riflessione dipende dalla situazione sociale

19

Accuratezza nella formazioni di impressioni

Ambady e Rosenthal (1992)

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

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

20

Accuratezza in condizioni di conoscenza nulla

Ambady, Bernieri e Richeson (2000)

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

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

21

Accuratezza in condizioni di conoscenza nulla

Zebrowitz e Collins (1997)

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

relazione causale diretta

stessa causa biologica o ambientale sottostante

22

Fiducia

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

Bias di positività

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

Parducci, 1968

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

23

Fiducia

Bias di positività

Matlin e Stang 1978

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

Rothbart e Park 1986

i tratti desiderabili sono ritenuti più comuni di quelli indesiderabili

Zajonc, 1998

Nella maggior parte delle lingue, i termini positivi sono nettamente più numerosi dei termini negativi²⁴

Bias di positività della persona

Sears, 1983

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

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

25

Fiducia

Corollario: acuta sensibilità verso ciò che è negativo

Fiske (1980)

diapositive che descrivevano delle persone

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

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

Risultati: venivano osservati più a lungo i comportamenti negativi e tanto più a lungo quanto più essi erano negativi. I comportamenti che attiravano maggiormente l'attenzione influenzavano anche maggiormente le impressioni successive₂₆

Acuta sensibilità verso ciò che è negativo

Due spiegazioni

Fiske (1980)

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

Skowronski e Carlston (1989)

gli eventi negativi potrebbero anche essere più diagnostici indipendentemente dalla norma

il valore diagnostico del comportamento negativo è maggiore per le caratteristiche interpersonali (ad es. cordialità o moralità) e minore per le abilità₂₇

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

Taylor 1991

Valutare e contrastare gli eventi negativi richiede risorse fisiologiche, cognitive, emotive e sociali.

Le persone non sono in grado di mantenere continuamente un elevato livello d'allerta

⇒ tendono rapidamente a minimizzare ciò che è negativo, ripristinando un livello di base più positivo

bias di positività, effetto moderatore del contesto, giustificazioni

28

Desiderio di controllo

controllare il mondo esterno

- percepire correlazioni tra comportamenti ed esiti
- inferire nessi causali

controllare i propri processi cognitivi
difficoltà

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

29

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

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

Esposizione sequenziale a due stimoli:

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

il *target* (obiettivo del compito)

se il *target* è semanticamente collegato al *prime*, esso verrà elaborato più velocemente grazie allo stato di pre-attivazione prodotto dal *prime* ³⁰

Automatismo preconsco

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

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

Murphy, Monahan e Zajonc (1995)

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

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

Automatismo preconsco

Prime permanente nei confronti di certe dimensioni della cognizione sociale

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

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

32

Automatismo postconscio

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

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

33

Automatismo postconscio

Taylor e Fiske (1975, 1978)

effetti di salienza percettiva

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

effetti della direzione dello sguardo

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

34

Automatismo postconscio

Influenza dello stato d'animo sul recupero

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

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

35

Automatismo dipendente da scopi

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

Azioni sussidiarie

Abitudini

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

Ruminazioni

36

Controllo pienamente intenzionale

Fiske (1989)

Intenzionalità

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

37

Controllo

Bargh (1997)

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

38

Scopi che favoriscono l'automatismo o il controllo

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

39

Prendere comunque una decisione (evitare l'indecisione)

Kruglanski e Webster (1991; 1996)

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

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

40

Prendere comunque una decisione (evitare l'indecisione)

differenze individuali

preferenza per ordine e prevedibilità e ricerca di spiegazioni stabili

bisogno di chiusura cognitiva

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

41

Evitare gli errori

fattori situazionali

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

42

Evitare gli errori

differenze individuali

Edwards e Weary (1993)

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

Weary e Edwards (1994)

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

43

Problema del controllo

Una persona non sempre può pensare a ciò che vuole pensare

Bargh, Chen e Burrows, 1996

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

⇒ quando uscivano dal laboratorio gli studenti camminavano più lentamente

44

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

autoregolazione

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

→ tutti gli atti di volizione attingono alle stesse risorse interne

45

Autoregolazione

Baumeister, Bratslavsky, Muraven e Tice (1998)

compito: risolvere un rompicapo

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

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

46

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

Vos & Heatherton (2000)

inibire il consumo di merendine aumentava il consumo di gelato

Effetto rimbalzo

47