

## Segnali del comportamento non verbale

Solitamente universali e facili da comprendere, attenzione però ad alcuni fattori:

- influenza culturale
- contesto
- modalità di esecuzione

Esempio: contatti oculari (in funzione del contesto e delle modalità di esecuzione)

- apertura e estroversione
- ma anche disagio e irritazione!

1

## Caratteristiche dei comportamenti non verbali

- solitamente spontanei, messi in atto in modo non consapevole
- possibilità di controllarli in modo consapevole
  - “gestione strategica” dell’impressione che generiamo negli altri
- esempi:
  - sorrisi di circostanza
  - dimostrare interesse
  - menzogne

2

## Comportamento non verbale e menzogne

Le **microespressioni** Ekman (1992):

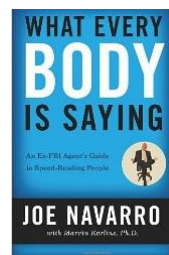
- comportamenti non verbali come utili indicatori per identificare chi mente
- comportamento non verbale: solitamente automatico, spontaneo (S1)
- mentire = comportamento controllato (S2)
- comportamenti non verbali controllati = non perfetti, errori

3

## Comportamento non verbale e menzogne

Ekman (1992) le *microespressioni* :

- teoria molto popolare
- telefilm e serie tv
- libri
- corsi per diventare esperti nell'identificare le menzogne



4

## Comportamento non verbale e menzogne

Gli “esperti” sono quindi capaci di riconoscere una menzogna?

- **prestazioni indistinguibili dal caso da parte di esperti** (poliziotti, giudici, persone che hanno seguito un training specifico ecc.) (*Ekman & O'Sullivan, 1991; Ekman et al., 1999*)
- le persone sono convinte di poter individuare una menzogna dal comportamento non verbale, ma dall'analisi sistematica di menzogne e verità **non emergono elementi diagnostici nel comportamento non verbale** (studio che ha coinvolto + di 60 nazioni, *Bond et al. 2006*)

5

## Comportamento non verbale e menzogne

*Wiseman (2007):*

- Informazione diagnostica per individuare le menzogne: non il comportamento non verbale, ma l'informazione linguistica

Menzogne:

- solitamente più brevi
- maggiore “distanza psicologica” (minore uso di “io” e verbi in prima persona singolare)
- maggiore riferimento a dati oggettivi e fatti concreti, poco a emozioni e fatti personali

6

## FORMAZIONE DELLE IMPRESSIONI

*Ambady e Rosenthal (1992):*

- osservazione per 5 minuti vs.
- osservazione per 5 secondi

Stessa accuratezza!

Formarsi un'impressione:

- farci un'idea delle persone che incontriamo
- giudizi e valutazioni
- fare previsioni sul loro comportamento
- impressione come guida del modo in cui entriamo in relazione con gli altri

7

### **Effetto “primacy”:**

I primi elementi descrittivi sono più importanti dei successivi nel determinare l'impressione globale (*Luchins, 1957*)

*Asch (1946)*

Persona descritta come:

“intelligente-intraprendente-impulsiva-critica-ostinata-invidiosa”

Elenco dei tratti presentato in due ordini

Diverse valutazioni della persona descritta

8

*Jones , Rock, Shaver, Goethals e Ward (1968)*

effetto “**primacy**” non solo sulle caratteristiche di personalità, ma anche sulle competenze percepite

Filmato di un ragazzo che risolve 15 analogie su 30 proposte

Due ordini di distribuzione dei successi

Ascendente vs discendente

Compito: ricordare il numero di successi, prevedere la prestazione in una seconda serie, valutare l'intelligenza

Risultati: le valutazioni erano significativamente migliori quando veniva presentata la sequenza discendente

9

Formarsi un'impressione: ruolo della raccolta delle informazioni

**BIAS DI CONFERMA:**

- tendenza a cercare, riconoscere, ritenere come maggiormente valide e ricordare informazioni congruenti con le ipotesi e le credenze già esistenti in una persona
- tendenza opposta a dare molta meno rilevanza alle informazioni non congruenti

10

Formarsi un'impressione: ruolo della raccolta delle informazioni

**BIAS DI CONFERMA:**

- ipotesi iniziali come guida per la raccolta delle informazioni successive (*ruolo attivo nella raccolta di informazioni*)
- accesso selettivo a informazione parziale
- conferma delle ipotesi usata non come metodo di indagine, ma finalizzata a mantenere l'ipotesi iniziale (*resistenza al cambiamento*)

11

Formarsi un'impressione: ruolo della raccolta delle informazioni

**BIAS DI CONFERMA:**

Esempi:

- effetti di polarizzazione (esp. atteggiamenti verso pena di morte, *Lord et al., 1979; Taber & Lodge, 2006*)
- medici e valutazione esami diagnostici
  
- *Smart people believe weird things because they are skilled at defending beliefs they arrived at for non-smart reasons (Shermer, 2006)*

12