

## GIUDIZIO SOCIALE E COMUNICAZIONE a. a. 22-23

- Modulo del C.I. GIUDIZIO E DECISIONE [+ modulo POTENZIAMENTO COGNITIVO] per i curricula di *Psicologia cognitiva applicata e Psicologia sociale e psicologia dello sviluppo*
- Insegnamento a scelta per il curriculum di *Neuropsicologia e psicologia clinica*

1

## Giudizio sociale e comunicazione

### ORARIO LEZIONI

martedì 10-13

venerdì 14-16

2

## Giudizio sociale e comunicazione

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.
- 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.
- 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.
- 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.
- + un articolo da definire

8

## MATERIALE

- Fiske S.T., *La cognizione sociale*. Il Mulino, Bologna, 2006, cap. 1.
- 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.
- 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.
- 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.
- + un articolo da definire

9

## MATERIALE

- **DUE** articoli **DA SCEGLIERE** in una lista di coppie di articoli (lista da definire)
- Slide del corso

10

## Attività integrative (per frequentanti)

- analisi, presentazione e discussione di uno dei due articoli a scelta
- discussione del secondo articolo
- progettazione di un esperimento

11

## ESAME

### PROVA SCRITTA

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

### 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]

12

## 1. Moodle

- Modulo di Giudizio sociale e comunicazione 2021
- Chiave di accesso: SOC&COM21
- Troverete: programma, slide, articoli in inglese, annunci vari, date appelli. Iscrivetevi e inserite l'indirizzo e-mail che effettivamente usate

## 2. MS Teams

- CD2021 937PS-2 GIUDIZIO SOCIALE E COMUNICAZIONE  
registrazioni delle lezioni

## 3. ISCRIZIONE APPELLI

- ESSE3 (obbligatoriamente)

13

## 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

14

## Lo studio della cognizione sociale

integrazione tra

### lo studio dei processi cognitivi

(attenzione, memoria, apprendimento e pensiero)

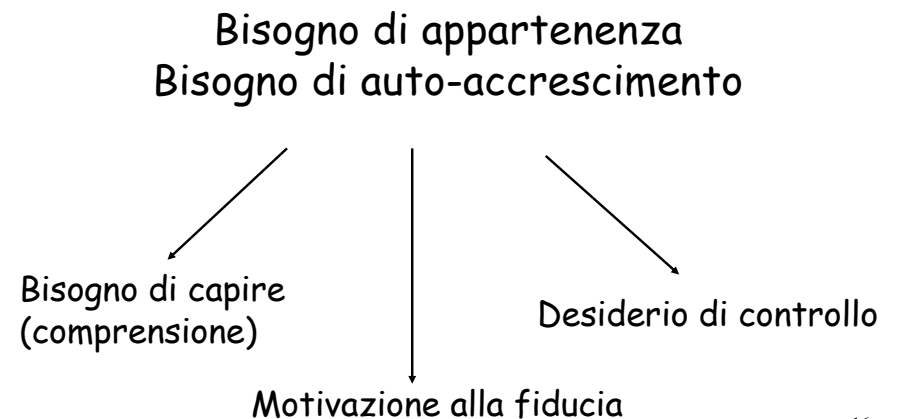
e

### l'obiettivo della psicologia sociale

(spiegare come le persone comprendono e mettono in atto i comportamenti sociali)

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, Winqvist 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 negativi

24

## 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 successive

26

## Acuta sensibilità verso ciò che è negativo

Due spiegazioni

Fiske (1980)

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

Skowronski e Carlston (1989)

gli eventi negativi potrebbero anche essere più diagnostici indipendentemente dalla norma

il valore diagnostico del comportamento negativo è maggiore per le caratteristiche interpersonali (ad es. cordialità o moralità) e minore per le abilità<sup>27</sup>

Com'è possibile che le persone si aspettino che si verifichino 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

motivazione alla fiducia + costo di un elevato livello di allerta ⇒ le persone rapidamente minimizzano 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

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 preconsciouso

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

Nell'automatismo preconsciouso 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 preconsciouso

*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 preconsciouso 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

- prendere comunque una decisione  
→ dominanza dei processi automatici
- evitare gli errori  
→ dominanza dei processi controllati <sup>38</sup>

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

39

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

40

## Evitare gli errori

fattori situazionali

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

41

## 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

42

## 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

43

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

44

## 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
Person e che dovevano resistere al cioccolato	8,35	19,40
Person e che dovevano resistere ai ravanelli	18,90	34,29
Nessun controllo sul cibo	20,86	32,81

45

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

46