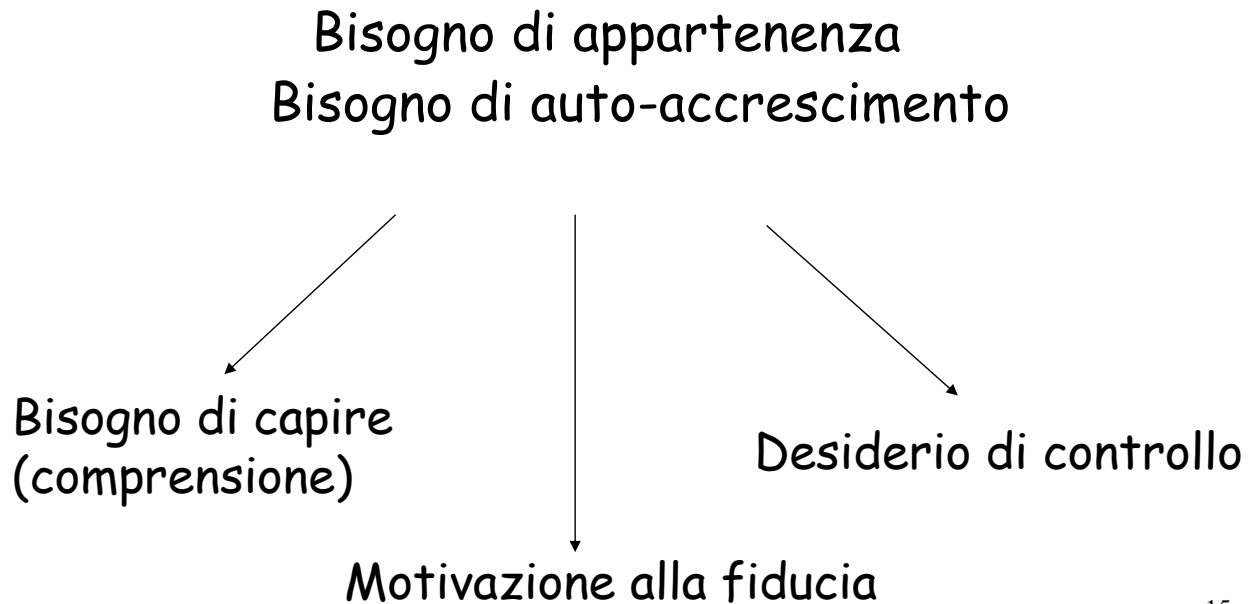


Per comprendere percezioni, giudizi e comportamenti si devono considerare le motivazioni fondamentali



15

Bisogno di capire (comprensione)

- favorisce il mantenimento di una buona auto-stima
- 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 tendono a preferire opinioni e spiegazioni condivise con gli altri.

16

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)*

17

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 e in parte dalle caratteristiche individuali

18

Ci sono fattori che favoriscono la motivazione verso l'*urgenza* [decidere rapidamente] e la *permanenza* [non riaprire le decisioni prese] → evitare l'incertezza

Fattori situazionali

- poco tempo a disposizione
- disturbi ambientali
- basso costo dell'errore

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
- stanchezza mentale, noia

19

Ci sono fattori che favoriscono una motivazione all'accuratezza

Fattori situazionali

- costo elevato dell'errore
- richieste esterne [ad es. giustificare l'errore (Tetlock, 1992)]

Differenze individuali

- persone con bassa tolleranza verso l'errore
- persone depresse e con una percezione di controllo cronicamente bassa si focalizzano sulla comprensione dei dettagli (Edwards e Weary, 1993)

20

Accuratezza nella formazioni di impressioni

Ambady e Rosenthal (1992)

accuratezza in condizioni di conoscenza nulla
[*zero-acquaintance accuracy*]

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

21

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

22

Accuratezza in condizioni di conoscenza nulla

Zebrowitz e Collins (1997)

L'accuratezza della percezione sociale a conoscenza nulla dipende:

- dalla capacità di estrarre informazioni dal comportamento non verbale
- dall'esistenza di relazioni tra variabili fisiche e tratti di personalità

relazione causale diretta

stessa causa biologica o ambientale sottostante

23

Accuratezza nella formazione di impressioni

Fenomeno della *baby-faceness*

le persone che hanno lineamenti infantili tendono a essere percepite come oneste, ingenua, poco sicure di sé, incerte

Effetto dell'ordine

intelligente-intraprendente-impulsiva-critica-ostinata-invidiosa

L'elenco dei tratti presentato in due ordini produce diverse valutazioni della persona descritta

24

Motivazione alla 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

25

Motivazione alla fiducia

Bias di positività

Matlin e Stang (1978)

principio di Pollyanna → le persone cercano ciò che è piacevole ed evitano ciò che è spiacevole

Zajonc (1998)

nella maggior parte delle lingue, i termini positivi sono nettamente più numerosi dei termini negativi

Sears (1983)

bias di positività della persona → le persone sono valutate positivamente rispetto alle corrispondenti entità non umane

26

Motivazione alla 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 le₂₇ impressioni successive

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 abilità₂₈

Com'è possibile che le persone si aspettino eventi positivi, data la loro acuta sensibilità 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

29

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

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

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

Abitudini

la ripetizione può rendere automatico ciò che all'inizio è deliberato

Azioni sussidiarie

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

38

Problema del controllo

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

Una persona non sempre può pensare a ciò che *vuole* pensare

autoregolazione

Baumeister, Bratslavsky, Muraven e Tice (1998)

→ tutti gli atti di volizione attingono alle stesse risorse interne

39

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

40

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