

# PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE

A.A. 2024/2025

Dott.ssa Rosandra Coladonato

## **6 – Percezione sociale e formazione di impressioni 1**

- Egocentrismo nei processi di pensiero
- Comportamento non verbale
- Effetto primacy nella formazione di impressioni

## 2 ASSUNZIONI DI BASE:

### 1) Ruolo attivo nell'acquisizione di informazioni dall'ambiente

- si pone domande e va in cerca di indizi
- selezione delle informazioni in ingresso
- interpretazione delle informazioni (sulla base delle conoscenze possedute, delle proprie esperienze passate, del proprio stato attuale)

### 2) Risparmio di risorse cognitive



**Limitata capacità di elaborazione delle informazioni → Principio di economia**

- sviluppo di automatismi → categorizzazione
- uso di euristiche

# Formazione di impressioni

- 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
  
- Ambady e Rosenthal (1992):
  - osservazione per 5 minuti vs.
  - osservazione per 5 secondi
  - Stessa accuratezza!

# Egocentrismo dei processi di pensiero

- Prospettiva personale privilegiata attraverso cui osserviamo il mondo e raccogliamo informazioni (conoscenze, esperienze passate, aspettative ecc.)
  - difficile relativizzarla
  - tendenza a ritenerla valida in assoluto
- Es.
  - spettatori di quiz
  - propria immagine: specchio vs. foto
  - ascolto propria voce registrata

# Egocentrismo dei processi di pensiero

## L'ILLUSIONE DI TRASPARENZA

- **ILLUSIONE DI TRASPARENZA** (Gilovich, Savitsky & Medvec, 1998):  
= credenza (erronea!) che gli altri capiscano facilmente i nostri stati interni così bene come li comprendiamo noi

# Egocentrismo dei processi di pensiero

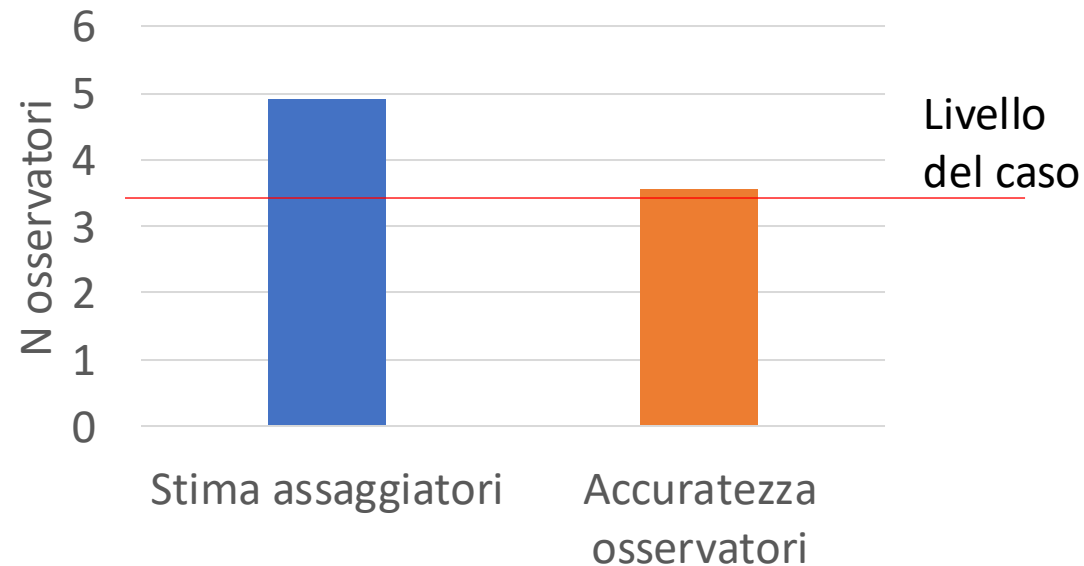
## L'ILLUSIONE DI TRASPARENZA

- Gilovich, Savitsky & Medvec, 1998:
  - ESPERIMENTO 1:
    - Assaggiatori:
      - Bere da 15 bicchieri (10 con un sapore piacevole, 5 con un sapore sgradevole)
      - cercare di nascondere la sensazione provata e mantenere un'espressione neutra
    - Osservatori: indovinare quali erano le bevande sgradevoli basandosi sull'espressione dei pp
    - Assaggiatori: Dopo ogni assaggio → stima accuratezza degli osservatori

# Egocentrismo dei processi di pensiero

## L'ILLUSIONE DI TRASPARENZA

- Gilovich, Savitsky & Medvec, 1998:
  - ESPERIMENTO 1:



Spiegazioni alternative:

- teorie implicite sulla riconoscibilità del disgusto
- Maledizione della conoscenza

# Egocentrismo dei processi di pensiero

## L'EFFETTO DEL FALSO CONSENSO

= tendenza a sovrastimare il grado in cui i propri comportamenti, credenze e atteggiamenti siano diffusi nella popolazione e condivisi con le altre persone

- In situazioni di incertezza (poche info): utilizzo delle proprie personali opinioni per prevedere quelle degli altri



# Egocentrismo dei processi di pensiero

## L'EFFETTO DEL FALSO CONSENSO

- Ross, Greene & House (1977)
  - **Compito:** indicare:
    - se sarebbero stati disposti a mettere in atto un comportamento (Es: essere disposti a fare l'uomo sandwich)
    - stimare la probabilità che gli altri studenti accettassero/non accettassero di mettere in atto tale comportamento
  - **Risultati:**
    - Chi era disponibile a farlo → 62% delle altre persone accetterà
    - Chi non era disponibile a farlo → 33% delle altre persone accetterà

# Egocentrismo dei processi di pensiero

## L'EFFETTO DEL FALSO CONSENSO

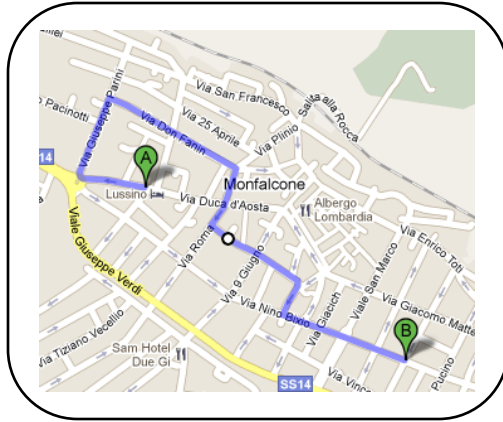
- *Come si spiega?*
- **Fattori motivazionali:**
  - pensare che un proprio comportamento o atteggiamento sia molto diffuso ci fa mantenere un'autostima elevata
- **Fattori cognitivi:**
  - esposizione selettiva alle informazioni congruenti:
    - condividiamo tempo e esperienze con persone simili a noi → sovrastima della diffusione

# Egocentrismo dei processi di pensiero

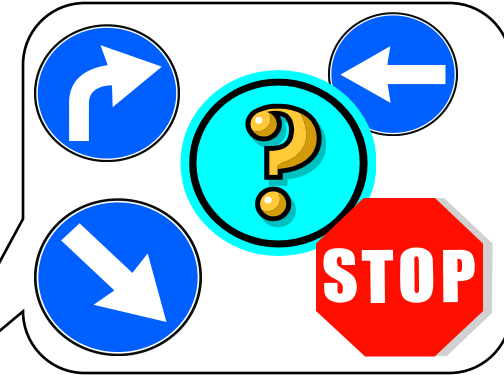
- Newton (1990):
  - Gioco «tappers and listeners»
    - Tappers: far indovinare una canzone (famosa) battendo sul tavolo
    - Listeners: indovinare la canzone
  - I tappers stimavano la percentuale di risposte corrette dei listeners
  - **Risultati:**
    - Predizione tappers: 50% di risposte corrette
    - Prestazione reale listeners: 2.5% di risposte corrette (3 su 120)
  - **Spiegazione:** Perché questa differenza tra tapper e listeners?
    - tappers: rappresentazione completa della canzone, la “sente” nella sua mente
      - conoscenza completa (la canzone)
    - listeners: sentono solo il “toc-toc” sul tavolo
      - listeners: informazioni parziali

# Egocentrismo dei processi di pensiero

- Altro esempio: indicazioni stradali



MITTENTE



RICEVENTE

# Egocentrismo dei processi di pensiero

## LA MALEDIZIONE DELLA CONOSCENZA (Curse of Knowledge, Heath & Heath, 2007)

- Quando conosciamo qualcosa, ci è difficile metterci nei panni di chi non ha questa conoscenza
- Grosso problema per chi è esperto in un ambito e deve trasmettere le sue conoscenze ai non esperti.
- **Esempi:**
  - conoscenze mediche, corretta auto-somministrazione di farmaci o cosa fare/non fare dopo interventi
  - progettazione di interfacce (cellulari, telecomandi, cruscotti auto ecc.)

# Egocentrismo dei processi di pensiero

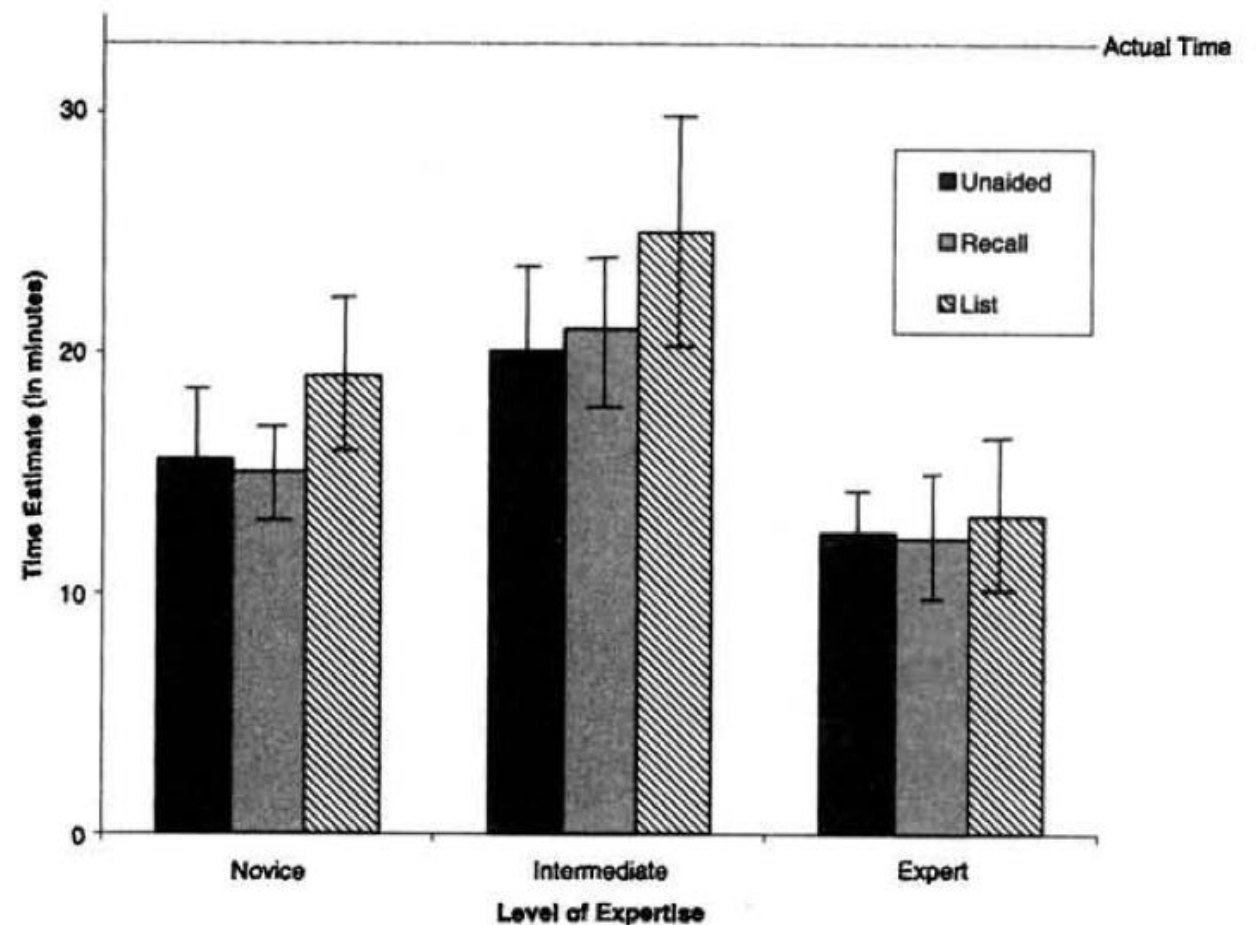
## LA MALEDIZIONE DELLA CONOSCENZA (Curse of Knowledge, Heath & Heath, 2007)

- Hinds (1999):
  - **Compito:** predire la prestazione dei non-esperti nell'uso funzioni avanzate di telefoni cellulari
  - **Partecipanti:** tre gruppi
    - Esperti (venditori)
    - Intermedi (consumatori)
    - non esperti

# Egocentrismo dei processi di pensiero

## LA MALEDIZIONE DELLA CONOSCENZA (Curse of Knowledge, Heath & Heath, 2007)

- Hinds (1999):
  - **Risultati:**
    - Previsione migliore: gruppo degli intermedi
    - Non esperti: poca comprensione
    - gli esperti sovrastimano la capacità dei non esperti (non riescono a mettersi nei panni di chi non ha le loro conoscenze/competenze)



# Egocentrismo dei processi di pensiero

## LA MALEDIZIONE DELLA CONOSCENZA (Curse of Knowledge, Heath & Heath, 2007)

- ***Come eliminare la MALEDIZIONE DELLA CONOSCENZA?***
  - esserne consapevoli
  - cercare di “mettersi nei panni” dei principianti/chi non ha la conoscenza
  - richiesta di feedback
    - “comunicazione di ritorno”
    - ci permette di capire cosa e quanto è stato compreso di quello che abbiamo comunicato



# Comportamento non verbale

- Interagendo con altre persone inferiamo informazioni su di loro (ruolo attivo acquisizione informazioni)
- Importanza del comportamento non verbale:
  - espressioni del volto
  - sguardi
  - movimenti del corpo

→ segnali informativi

# Comportamento non verbale

## SEGNALI DEL COMPORTAMENTO NON VERBALE

ESEMPI:

- **Inclinazione del corpo:** indicativa dell'atteggiamento verso l'interlocutore (Maas et al., 2000)
  - In avanti → positivo; indietro → negativo
- **Contatti oculari:** indici di timidezza vs estroversione (Kleinke, Meeker & La Fong; 1974)
- **Contatto fisico:**
  - Crusco e Wetzel (1984): Camerieri nel restituire il resto stabilivano un breve contatto fisico → mancia maggiore [NB: processo non consapevole! (System 1)]
  - Henley (1973): Frequenza del contatto fisico asimmetrica in persone con status sociale differente

# Comportamento non verbale

## 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 ed estroversione
  - ma anche disagio e irritazione!

# Comportamento non verbale

## 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

# Comportamento non verbale

## COMPORAMENTO 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
- aumento controllo sulla componente verbale, diminuzione controllo sulla non verbale
- teoria molto popolare (televisione e serie tv, libri, corsi per diventare esperti nell'identificare le menzogne)

# Comportamento non verbale

## COMPORAMENTO NON VERBALE E MENZOGNE

- *Gli “esperti” sono quindi capaci di riconoscere una menzogna?*
  - Bond et al., 2006 (metanalisi che ha coinvolto + di 60 nazioni): dall’analisi sistematica del riconoscimento di menzogne e verità non emergono elementi diagnostici nel comportamento non verbale
    - % di accuratezza: 54%
    - Più accurati ascoltando che guardando il volto → comport. non verbali facciali non aiutano
    - Prestazioni simili tra non esperti e esperti (poliziotti, giudici, persone che hanno seguito un training specifico ecc.) (Ekman & O’Sullivan, 1991; Ekman et al., 1999)

# Comportamento non verbale

## COMPORAMENTO 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

# Comportamento non verbale

- Interagendo con altre persone inferiamo informazioni su di loro (ruolo attivo acquisizione informazioni)
- Importanza del comportamento non verbale → segnali informativi

***Cosa influenza la prima impressione che ci formiamo delle altre persone?***



## Asch (1946)

- Una persona viene descritta come
  - GR1: “intelligente-intraprendente-impulsiva-critica-ostinata-invidiosa”
  - GR2: “invidiosa-ostinata-critica-impulsiva-intraprendente-intelligente”
- Risultati: L’elenco dei tratti presentato in due ordini produce diverse valutazioni della persona descritta: più positiva nel gr. 1
- Tendenza alla conferma: i primi aggettivi creano un’impressione che è difficile disconfermare quando si leggono gli aggettivi seguenti

# Effetti di ordine

## EFFETTO PRIMACY

- I primi elementi descrittivi sono più importanti dei successivi nel determinare l'impressione globale (Luchins, 1957) → EFFETTO PRIMACY
- effetto “primacy” non solo sulle caratteristiche di personalità, ma anche sulle competenze percepite

# Effetti di ordine

## EFFETTO PRIMACY

Jones e coll. (1968)

- I partecipanti guardavano un video di uno studente che risolveva 30 problemi
  - **Gr. 1:** lo studente ha maggior successo con i primi 15
  - **Gr. 2:** lo studente ha maggior successo con gli ultimi 15
- **Compito:** ricordare il numero di successi, prevedere la prestazione in una seconda serie, valutare l'intelligenza
- **Risultati:** le valutazioni erano significativamente migliori nei partecipanti del gr. 1 (prima successo) rispetto al gr. 2 (prima insuccesso)

# Effetti di ordine

## EFFETTO PRIMACY

- effetto “primacy” dimostra che:
  - i passaggi iniziali nel processo di formazione delle impressioni sono fondamentali
  - Con il procedere delle informazioni acquisite queste hanno sempre minor peso
  - → difficile modificare le prime impressioni

→ **Resistenza al cambiamento, effetto persistenza**

- Tendiamo a non modificare l’idea che ‘spontaneamente’ ci siamo formati sugli altri ma anche su noi stessi

# Effetti di ordine

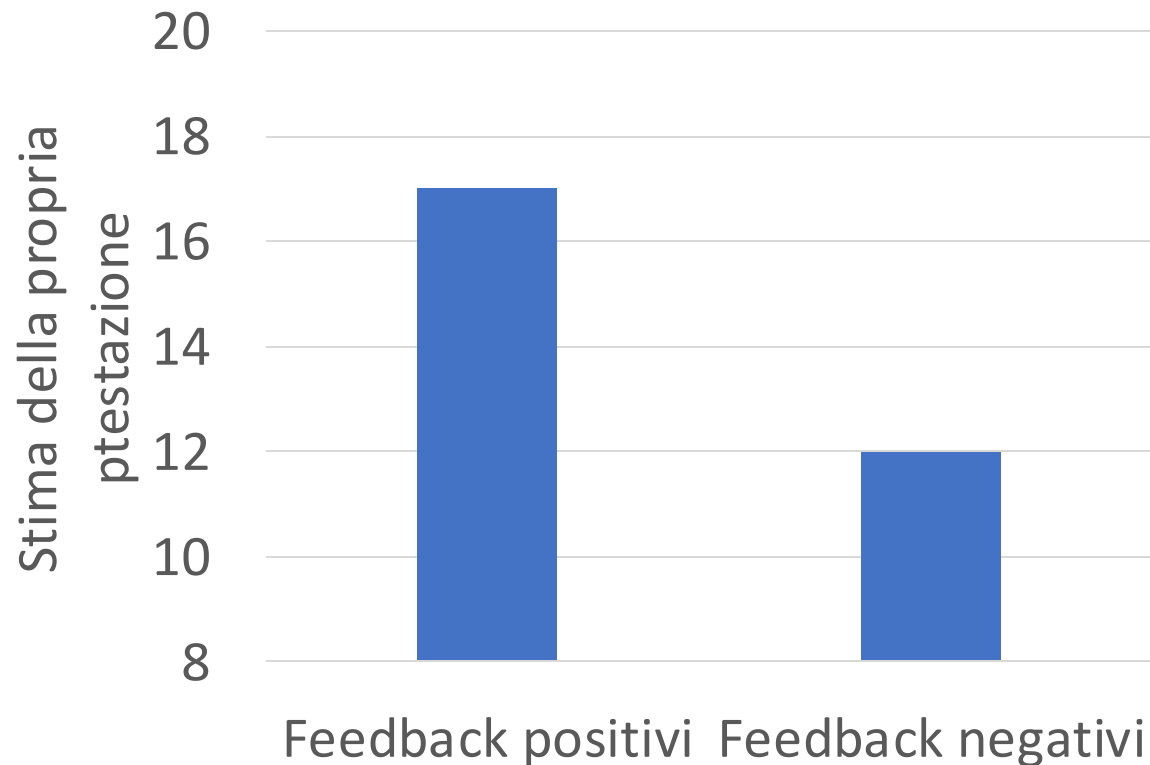
## EFFETTO PRIMACY e EFFETTO PERSISTENZA

- Ross, Lepper & Hubbard (1975)
  - I partecipanti eseguivano una serie di prove, dopo ogni prova ricevevano un feedback
    - Gruppo 1: molti feedback positivi
    - Gruppo 2: molti feedback negativi
  - Viene chiesto ai pp di formarsi un'impressione sulla loro performance
  - Lo sperimentatore dice ai pp che i feedback erano casuali e non informavano sulla reale prestazione (→ la loro impressione è errata)
  - VD: quanti compiti hai eseguito correttamente?

# Effetti di ordine

## EFFETTO PRIMACY e EFFETTO PERSISTENZA

- Ross, Lepper & Hubbard (1975)
  - **Risultati:**



L'impressione formatasi prima di sapere che i feedback erano fasulli e non diagnostici non viene modificata dal sapere che erano falsi

→ persistenza delle impressioni

# Effetti di ordine

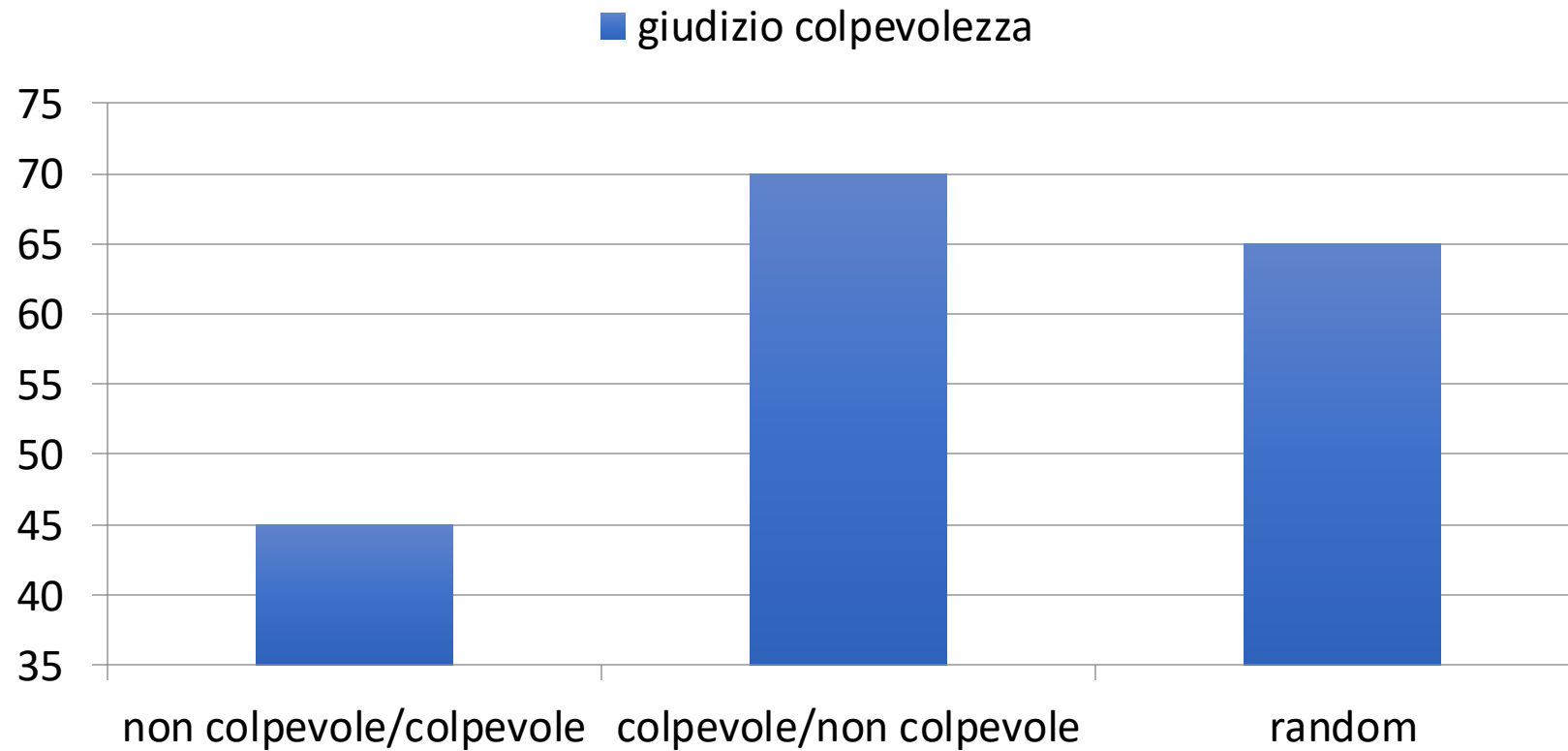
## EFFETTO PRIMACY e EFFETTO PERSISTENZA

- Tetlock (1983)
  - Ai partecipanti vengono presentate delle prove rilevanti in un caso di omicidio: Mr Smith è accusato dell'omicidio di Mr Dixon
    - 9 Informazioni «colpevole» (es. i vicini hanno sentito spesso i due litigare)
    - 9 Informazioni «non colpevole» (es. ci sono solo le impronte della vittima)
  - Manipolazione dell'ordine di presentazione
  - Compito: probabilità che Mr Smith sia colpevole dell'omicidio di Mr Dixon (1-100)

# Effetti di ordine

## EFFETTO PRIMACY e EFFETTO PERSISTENZA

- Tetlock (1983)

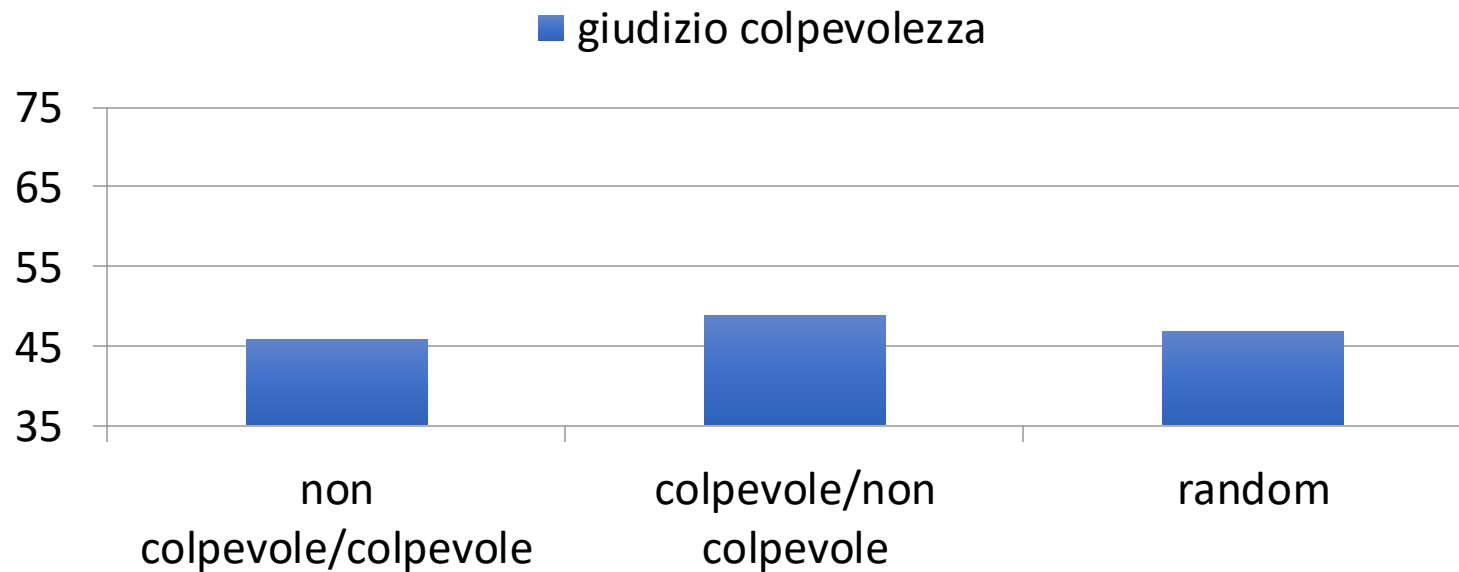




# Effetti di ordine

## EFFETTO PRIMACY e EFFETTO PERSISTENZA

- Tetlock (1983)
  - Ulteriore condizione: i partecipanti dovevano giustificare il loro giudizio comunicandolo a terzi (Condizione accountable)
  - → Maggiore motivazione all'accuratezza



# Effetti di ordine

## EFFETTO PRIMACY e EFFETTO PERSISTENZA

- Se dobbiamo giustificare le nostre impressioni (alta motivazione) allora siamo meno sensibili all'effetto della 'prima impressione'