

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

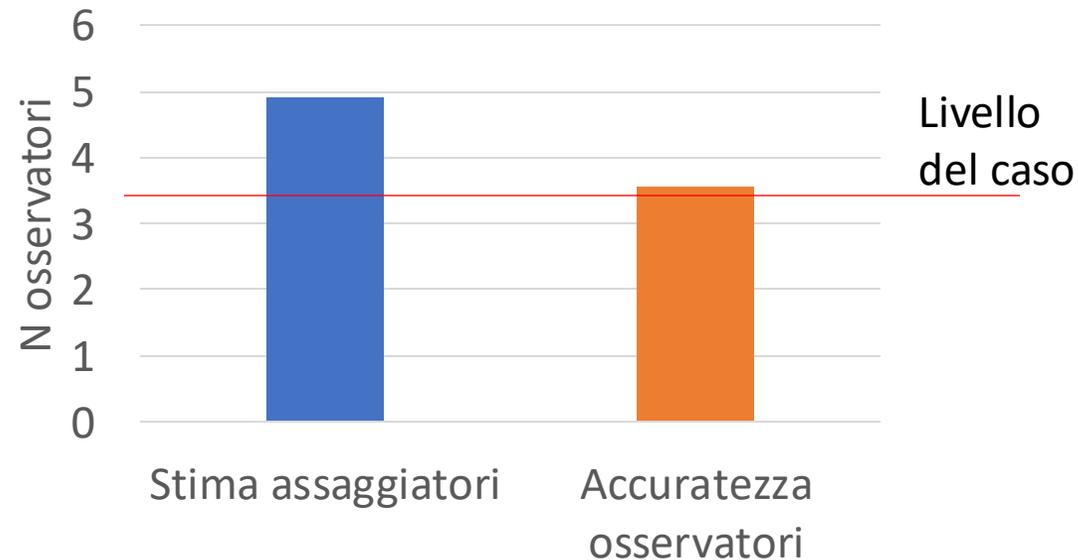
L'ILLUSIONE DI TRASPARENZA

- 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

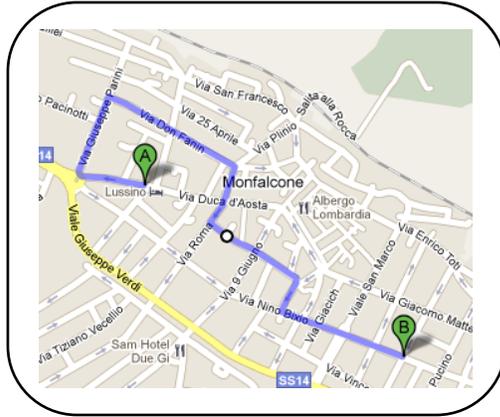
- *Come si spiega?*
- **Fattori motivazionali:**
 - pensare che un proprio comportamento o atteggiamento sia molto diffuso ci fa mantenere un'autostima elevata
- **Fattori cognitivi:**
 - esposizione selettiva alle informazioni congruenti:
 - condividiamo tempo e esperienze con persone simili a noi →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

Egocentrismo dei processi di pensiero

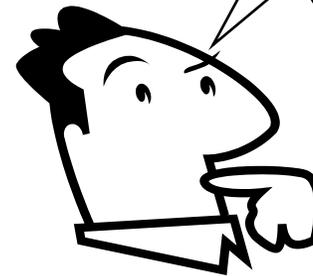
- Newton (1990):
 - Gioco «tappers and listeners»
 - Tappers: far indovinare una canzone (famosa) battendo sul tavolo
 - Listeners: indovinare la canzone
 - I tappers stimavano la percentuale di risposte corrette dei listeners
 - **Risultati:**
 - Predizione tappers: 50% di risposte corrette
 - Prestazione 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

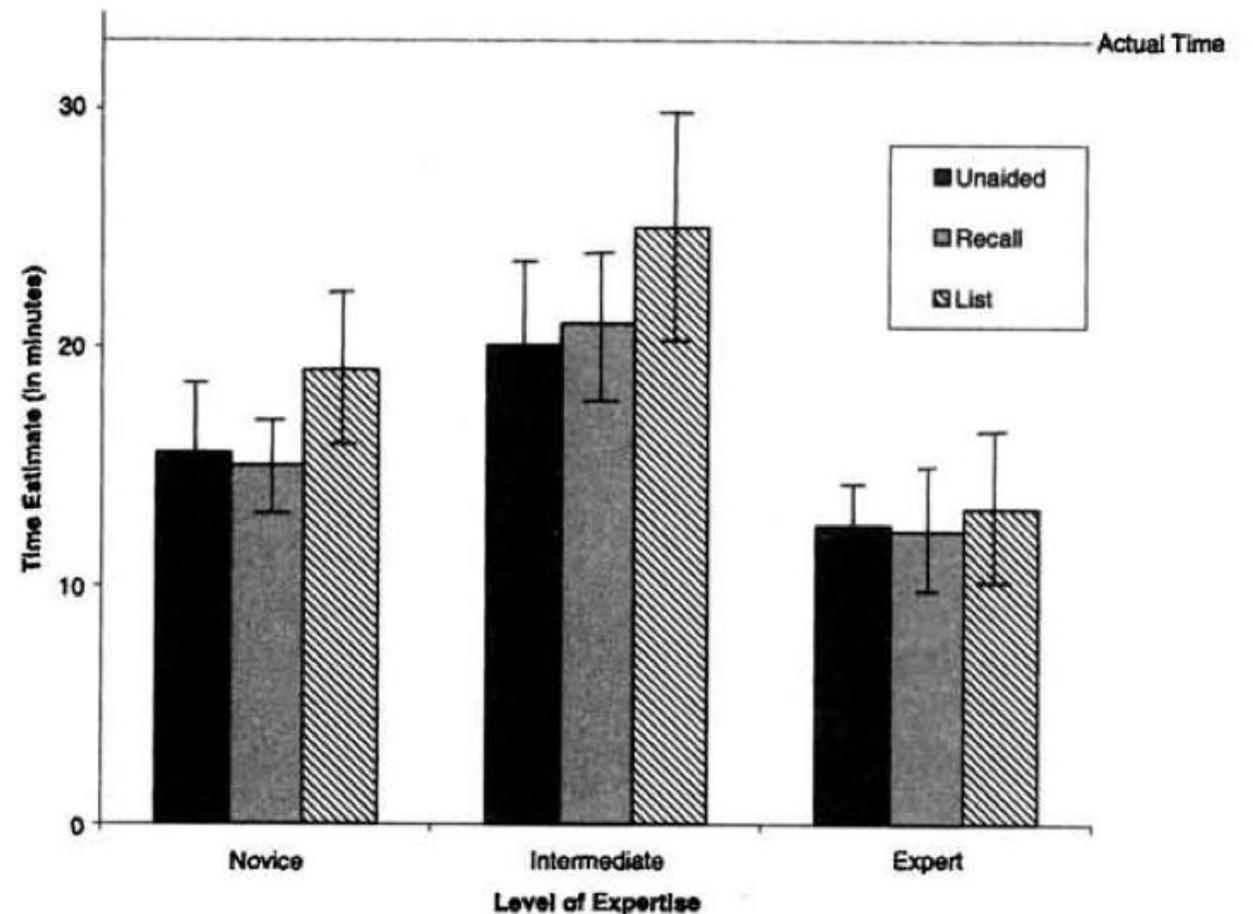
LA MALEDIZIONE DELLA CONOSCENZA (Curse of Knowledge, Heath & Heath, 2007)

- 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

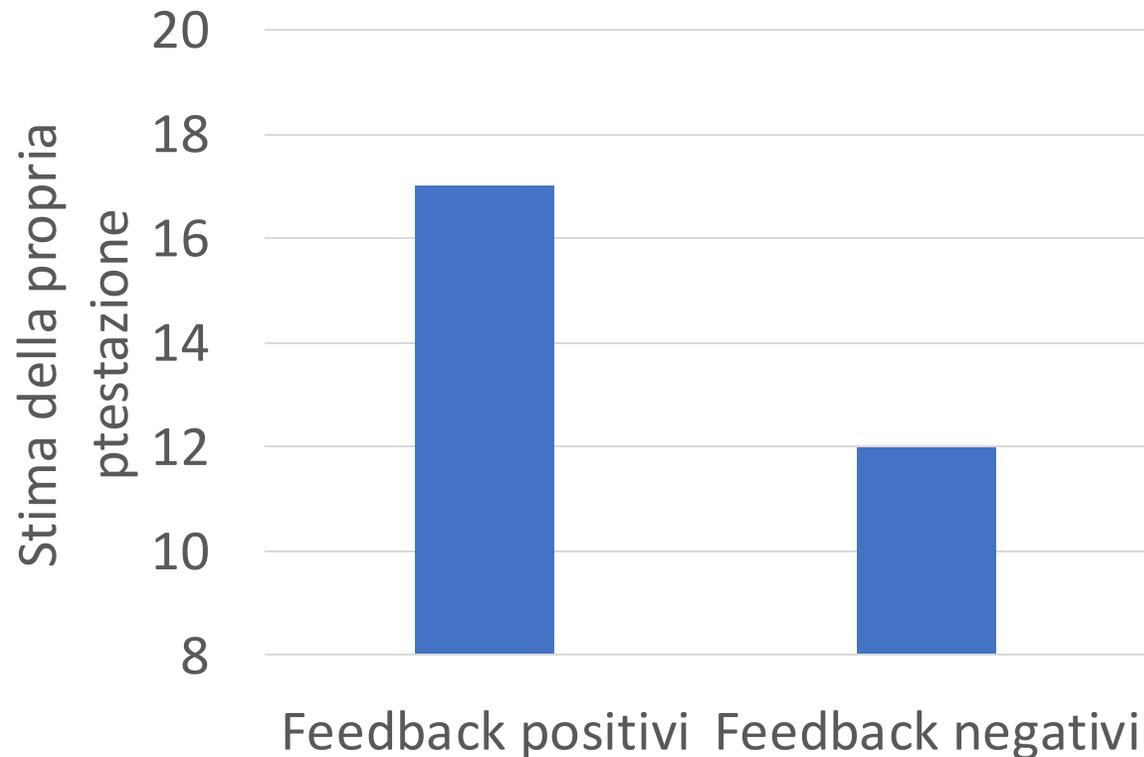
EFFETTO PRIMACY e EFFETTO PERSISTENZA

- 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

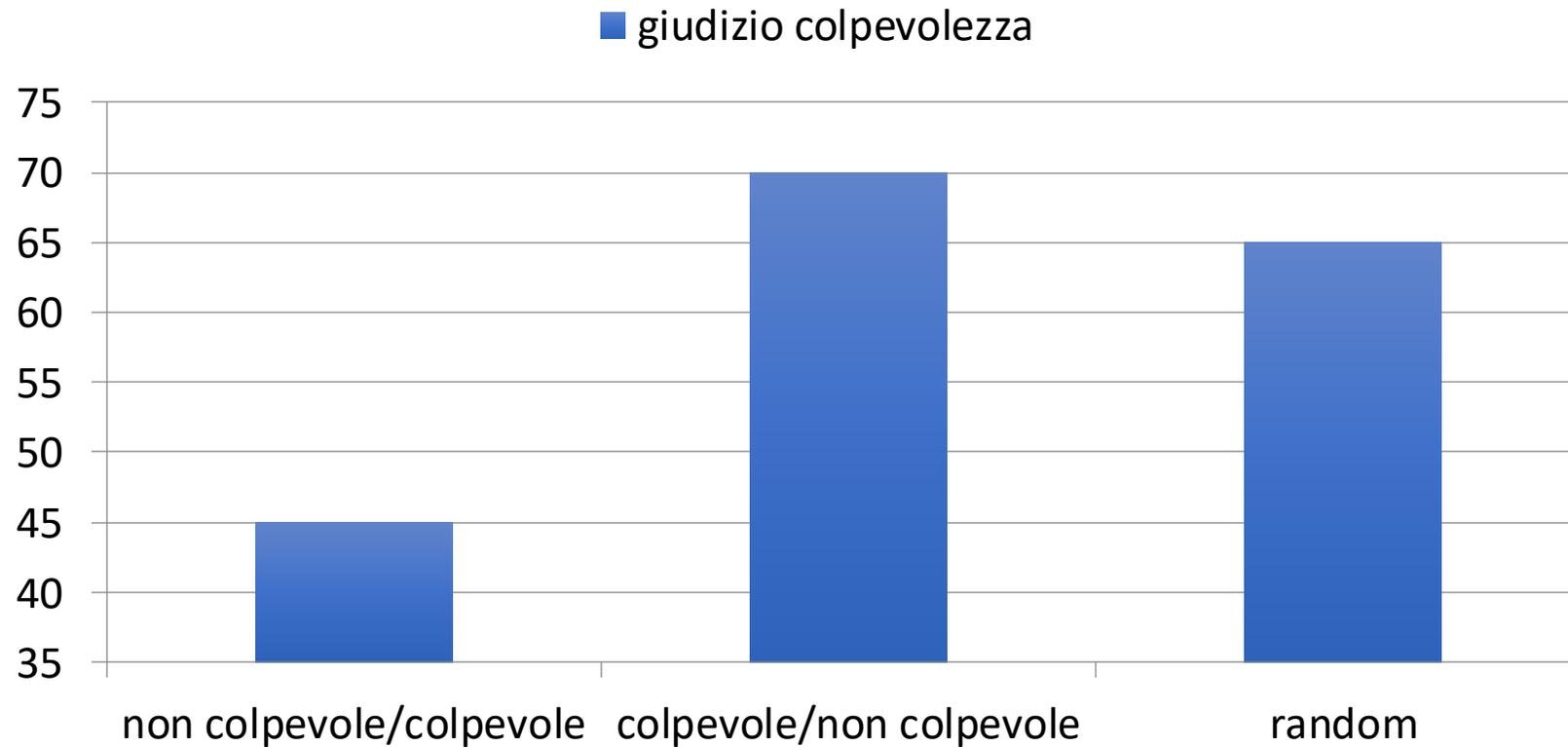
EFFETTO PRIMACY e EFFETTO PERSISTENZA

- 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

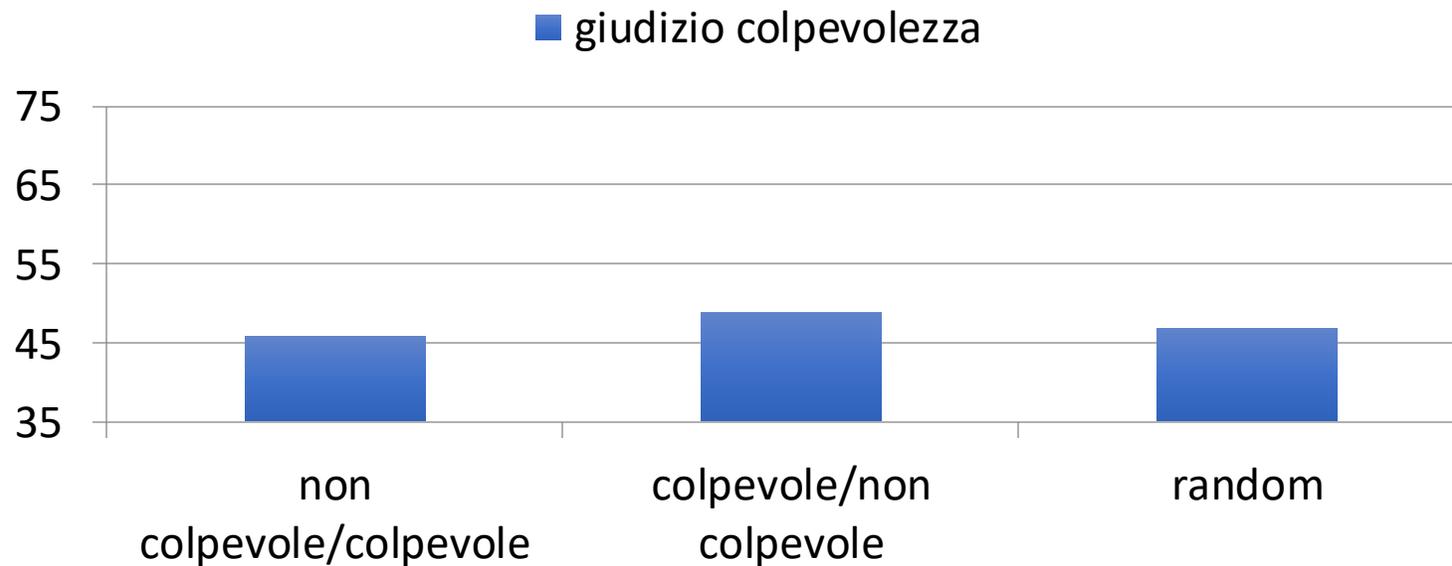
- Tetlock (1983)



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'