

# Gli atteggiamenti

- L'atteggiamento è sempre stato il concetto più importante e sistematicamente studiato in psicologia sociale
- L'atteggiamento può essere definito ***una valutazione generica e duratura di persone, oggetti e situazioni***
  - ***duratura*** significa che tende a persistere con il cambiare dei contesti
  - ***generica*** significa che ha un certo livello di astrattezza e non è una reazione occasionale che si applica ad un solo evento

# Gli atteggiamenti

- Un atteggiamento può essere definito come la tendenza a **rispondere prontamente**, in modo **favorevole o sfavorevole** ad un particolare **oggetto** o classe di oggetti.

# Gli atteggiamenti



- Gli atteggiamenti:
- hanno un **contenuto** (l'oggetto);
- sono **valutazioni** (favorevoli o sfavorevoli);
- sono relativamente **resistenti** nel tempo (da qui la tendenza a rispondere prontamente).

# Le tre dimensioni degli atteggiamenti



- **La maggior parte degli psicologi accetta un modello che descrive l'atteggiamento come costituito da tre dimensioni:**
  - **a. La dimensione affettiva**
  - **b. La dimensione cognitiva**
  - **c. La dimensione conativa (comportamentale)**

## Le tre componenti degli atteggiamenti



- La componente **affettiva** riguarda la **reazione emotiva positiva o negativa suscitata da un oggetto di atteggiamento: ad es. mi piace la neve**
- (insieme di emozioni, sentimenti e stati d'animo che si provano in relazione allo stimolo)

## Le tre componenti degli atteggiamenti



- La componente **cognitiva** riguarda le **caratteristiche descrittive dell'oggetto atteggiamentale**: ad es. la neve è bianca, la neve cade d'inverno.
- (insieme di concetti e percezioni che l'individuo ha di un oggetto o di una classe d'oggetti; le credenze)

## Le tre componenti degli atteggiamenti



- La componente **conativa** riguarda la **tendenza ad agire rispetto ad un oggetto di atteggiamento: es. gioco con la neve.**
- (insieme di azioni manifeste e di intenzioni ad agire verso un oggetto)

# Le tre componenti degli atteggiamenti



- **Es. oggetto di atteggiamento:** fumare sigarette
- **Credenze possibili:** nuoce ai polmoni, aguzza l'attenzione, distrae, inquina l'aria, ...
- **Sentimenti:** è piacevole, è rilassante, irrita i non fumatori, ...
- **Comportamenti e intenzioni comportamentali:** accendere una sigaretta, offrirla, buttarla via, spegnerla, avere l'intenzione di smettere di fumare, di comprare, ....

## Tendenza alla congruità tra le tre dimensioni dell'atteggiamento



- Le tre componenti dell'atteggiamento possono essere in contrasto tra di loro.
- Di solito c'è la **tendenza verso la congruità** delle tre dimensioni degli atteggiamenti: se ritengo che fumare arrechi danno alla salute, è probabile che la mia reazione affettiva verso la sigaretta sia di tipo negativo e avrò la tendenza a non fumare.



## Come si formano gli atteggiamenti



- **L'atteggiamento può essere frutto sia *dell'esperienza diretta* sia della *mediazione delle figure parentali, dei gruppi di riferimento e dei mezzi di comunicazione di massa.***

# Come si formano gli atteggiamenti



- **Per l'apprendimento degli atteggiamenti si ritiene che tre processi entrino in gioco:**
  - **a. condizionamento classico.** Apprendimento per associazione: se la madre si turba quando il bambino chiede che cosa è una bugia, il bambino molto probabilmente assocerà alla parola bugia una reazione emotiva negativa.
  - **b. condizionamento strumentale.** Acquisizione di risposte a causa di risultati positivi o per l'eliminazione di risultati negativi.
  - **c. modellamento.** Apprendimento attraverso l'osservazione

## Come si formano gli atteggiamenti



- **Gli atteggiamenti si apprendono anche per esperienza personale. Le persone si formano degli atteggiamenti traendo conclusioni e generalizzando sulla base di ciò che succede a loro.**

## Come si formano gli atteggiamenti



- Se derivati dall'esperienza diretta gli atteggiamenti sono ***più chiari e fortemente radicati***.
- Dall'esperienza personale si ottiene un **maggior numero di informazioni** e queste informazioni sono **più accessibili e più predittive** dei comportamenti futuri.
- Es. consigliare un medico o un luogo di vacanza.

# Perché le persone hanno atteggiamenti

- **Le persone hanno atteggiamenti perché li trovano funzionali:**
  - a. Aiutano a capire il mondo: semplificano l'immissione dell'informazione e aiutano a strutturarla; regolano la memoria di azioni, persone ed eventi ma hanno in più la prerogativa di conservare il giudizio valutativo (permettono prevedibilità e risposte fatte)  
*Funzione conoscitiva*
  - b. Proteggono la stima di sé: aiutano ad evitare verità spiacevoli o dannose; a controllare l'ansia generata da conflitti interni. *Funzione di protezione dell'io*

# Perché le persone hanno atteggiamenti



- **C. Aiutano ad adattarsi alla realtà: massimizzano la propria soddisfazione; salvaguardano l'identità sociale (facilitano le relazioni con persone che hanno atteggiamenti simili). *Funzione di adattamento sociale.***
- **d. Permettono di esprimere i valori importanti (se una persona apprezza l'altruismo si sente gratificato se si considera altruista). *Funzione di espressione dei valori.***

## Il cambiamento degli atteggiamenti

*Perché la persona ha una forte tendenza a mantenere inalterati i propri atteggiamenti:*

- a. ciò che è **noto e familiare** suscita automaticamente **reazioni positive**;
- b. i vecchi atteggiamenti forniscono **motivazioni affettive e cognitive** che giustificano la conservazione delle proprie posizioni,
- c. le valutazioni preesistenti **influenzano l'interpretazione e la valutazione di nuovi eventi.**

# Il cambiamento degli atteggiamenti



Gli atteggiamenti possono cambiare in modo:

- **congruente** (diventano più intensamente positivi o negativi):
- **incongruente** (la valenza da positiva diventa negativa e viceversa)
- **Questo tipo di cambiamento può verificarsi solo se una persona modifica in modo sostanziale le sue credenze, collega nuovi sentimenti all'oggetto di atteggiamento, cambia i suoi comportamenti.**

## Il cambiamento degli atteggiamenti

# I processi di comunicazione e persuasione

- (Centro di Studi sul Cambiamento di Atteggiamento di Yale).
- In linea con l'indirizzo stimolo-risposta del comportamentismo, l'attenzione viene rivolta alle **caratteristiche dello stimolo nel processo di persuasione** (ossia il grado in cui ciascuna caratteristica aumenta o diminuisce gli effetti della persuasione sugli atteggiamenti).

# Il cambiamento degli atteggiamenti

Le **caratteristiche chiave** del processo di persuasione sono:

- 1. L'**emittente**: la personalità, lo stile e le altre caratteristiche dell'autore;
- 2. Il **messaggio**: il contenuto, lo stile e le altre caratteristiche;
- 3. Il **canale comunicativo**;
- 4. Il **destinatario**: i sentimenti e la personalità dell'individuo;
- 5. Il **contesto comunicativo**: le caratteristiche fisiche e sociali della situazione

# Il cambiamento degli atteggiamenti



## L'emittente:

- **L'attendibilità dell'emittente;** (se la fonte è attendibile l'ascoltatore è maggiormente influenzato)
- **l'effetto latente** (con il passare del tempo messaggio ed emittente vengono dissociati e l'effetto dell'attendibilità della fonte svanisce)
- **le attrattive dell'emittente** (gli effetti sono efficaci soprattutto quando il messaggio è impopolare)
- **l'intenzione dichiarata** (il preavvertimento predispone la persona a difendersi)

# Il cambiamento degli atteggiamenti



## **Il messaggio:**

- **La comprensione del messaggio**
- **l'unilateralità vs. bilateralità dell'argomentazione**
- **i messaggi intimidatori**

# Il cambiamento degli atteggiamenti



## Il canale di comunicazione:

- **tanto più un canale di informazione è espressivo tanto più aumenta l'efficacia persuasiva del messaggio.**
- **Per il messaggio complesso è vero il contrario** (è più efficace la comunicazione scritta).

# **Il cambiamento degli atteggiamenti**



## **Il destinatario:**

- **attitudine all'acquiescenza**
- **la familiarità con le controobiezioni**
- **gli stili personali (autostima)**

## Il cambiamento degli atteggiamenti



### **Il contesto comunicativo:**

- **distrazione** (la distrazione spesso riduce l'efficacia della comunicazione, ma una distrazione di scarso rilievo può potenziare l'effetto della comunicazione)

## Il cambiamento degli atteggiamenti

### Aspetti cognitivi del cambiamento degli atteggiamenti

- **La teoria della dissonanza cognitiva (Festinger):** quando due o più **rappresentazioni cognitive incoerenti** producono **dissonanza** i processi mentali delle persone sono guidati dalla motivazione a ridurre gli stati di dissonanza cognitiva.

## Il cambiamento degli atteggiamenti



- Con l'aumentare dell'**importanza** della **rappresentazione cognitiva**, aumenta la criticità della dissonanza;
- quanto **maggiore è la pressione** esercitata su una persona perché esegua un'azione non desiderata, tanto **minore sarà la dissonanza** prodotta

# Il cambiamento degli atteggiamenti



- **l'elaborazione dell'informazione:**  
le **strade centrali e secondarie** che portano all'elaborazione dell'informazione;
- **i meccanismi di autopercezione.**

## Il cambiamento degli atteggiamenti



- Oltre agli aspetti fin qui citati intervengono altre **variabili nel cambiamento degli atteggiamenti**.

Le più significative sono:

**a. La presenza di *norme di condotta* (norme degli amici se fumare o no)**

## Il cambiamento degli atteggiamenti



- b. La presenza di *abitudini* (ho sempre fumato)**
- c. La presenza di interessi, l'*aspettativa* che seguirà un rinforzo (se non fumo respirerò meglio)**
- d. L'accessibilità dell'atteggiamento**
- e. L'intenzione comportamentale**

## **Il cambiamento degli atteggiamenti**



- **L'accessibilità dell'atteggiamento riguarda la facilità di richiamare alla mente l'atteggiamento.**
- **Gli atteggiamenti forti sono più accessibili**
- **L'esperienza diretta e la presenza di interessi rendono gli atteggiamenti più accessibili**
- **Gli atteggiamenti più accessibili hanno maggiore influsso sul comportamento:**

## Il cambiamento degli atteggiamenti



- ***L'intenzione comportamentale* è importante nella previsione del comportamento**
- **Si riscontra di solito una correlazione intorno a .60 (alta) tra intenzione di agire e il normativo che detta cosa si deve fare**

## Il cambiamento degli atteggiamenti



- Il rapporto tra intenzione ed azione è complesso
- L'intenzione è legata alla capacità della persona di essere consapevole di sé
- La consapevolezza di sé aumenta la congruenza tra atteggiamento e comportamento, perché rende gli atteggiamenti più accessibili così che questi richiamati alla mente, possono più facilmente guidare l'azione

# Il modello di Fishbein per la previsione del comportamento



# Pregiudizio e Discriminazione



**Pregiudizio:** attitudine a reagire (di solito negativamente) nei confronti di una persona sulla base dell'appartenenza della persona stessa ad una classe o categoria.

# Pregiudizio e Discriminazione



Se definiamo il **pregiudizio** come un tipo di **atteggiamento** ne seguono due implicazioni:

- a) L'**atteggiamento** spesso opera come uno **schema**: una cornice cognitiva per organizzare, interpretare e richiamare le informazioni.

**Il pregiudizio verso i membri di un gruppo influenza il modo in cui la persona seleziona, elabora e ricorda alcune informazioni (ad esempio le informazioni coerenti con il pregiudizio)**

# Pregiudizio e Discriminazione



- **b) il pregiudizio presenta le tre componenti descrittive dell'atteggiamento:**
- **componente affettiva** (sentimenti di solito negativi in presenza o al ricordo dei membri di uno specifico gruppo);
- **componente cognitiva** (convinzioni e aspettative verso i membri di un gruppo; il modo in cui vengono elaborate le informazioni relative a quelle persone);
- **componente comportamentale** (tendenza ad agire in modo solitamente negativo verso i membri del gruppo oggetto del pregiudizio o l'intenzione a farlo)

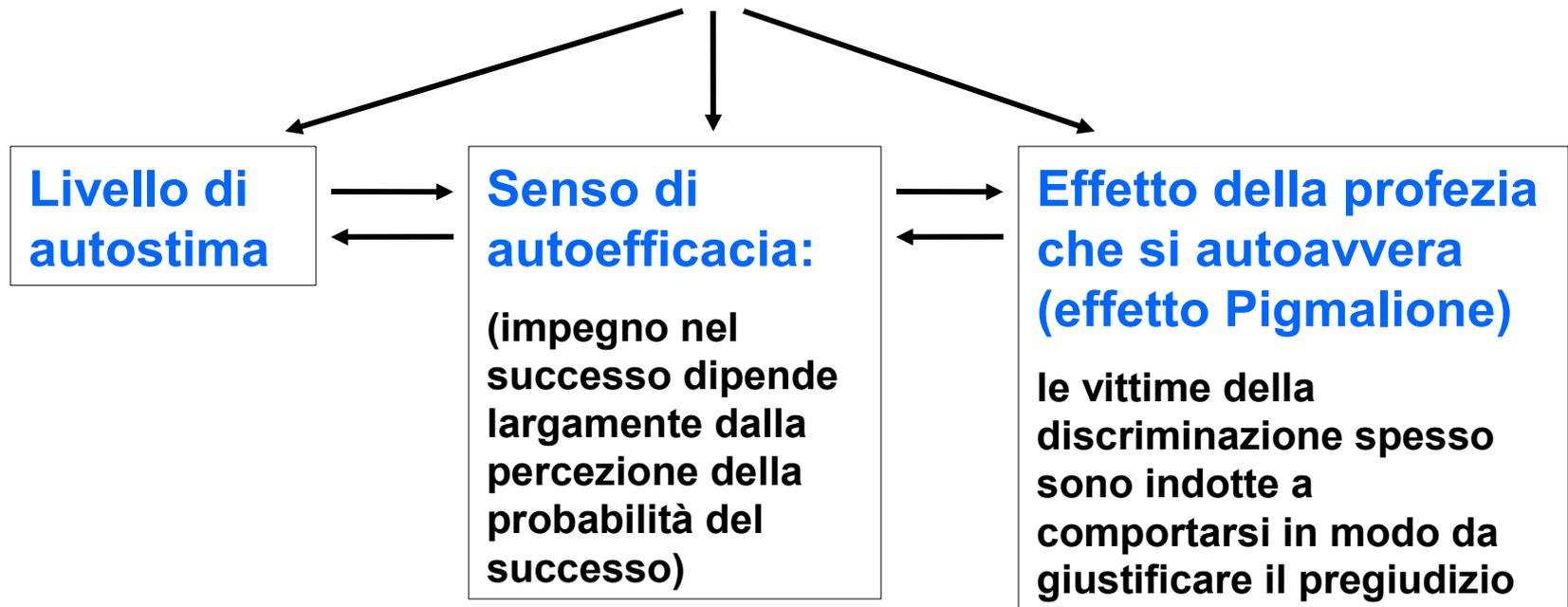
# Pregiudizio e Discriminazione



- **Quando la tendenza o l'intenzione ad agire prende la forma di un'azione manifesta possiamo parlare di **discriminazione****
- **I comportamenti discriminatori possono assumere diverse forme:**
  - a) evitamento; forme sottili di discriminazione**
  - b) esclusioni da alcuni contesti (lavoro, scuola, quartieri residenziali);**
  - c) azioni violente e aggressive.**

# Pregiudizio e Discriminazione

## Alcuni effetti della discriminazione



# Pregiudizio e Discriminazione

## Le fonti del pregiudizio

```
graph TD; A[Le fonti del pregiudizio] --> B[Le esperienze di apprendimento e socializzazione]; A --> C[Il conflitto diretto tra i gruppi (Sherif)]; A --> D[La categorizzazione sociale (Tajfel - identità sociale)]; A --> E[Gli stereotipi];
```

**Le esperienze di apprendimento e socializzazione**

**Il conflitto diretto tra i gruppi  
(Sherif)**

**La categorizzazione sociale  
(Tajfel - identità sociale)**

**Gli stereotipi**

# Pregiudizio e Discriminazione



## Il conflitto intergruppo

Quanto più è **intenso il conflitto intergruppo**, tanto più è probabile che gli individui, membri di gruppi opposti, si comportino l'uno verso l'altro in rapporto alla **rispettiva appartenenza al gruppo** piuttosto che in rapporto alle proprie caratteristiche individuali o alle proprie relazioni interindividuali. (Conflitto istituzionalizzato o esplicito di interessi tra gruppi).

# Pregiudizio e Discriminazione



## L'identità sociale

- L'identità sociale è quella parte della concezione di sé di un individuo che gli **deriva dalla consapevolezza di essere membro di un gruppo** (o più gruppi) sociale, oltre al **valore** e al **rilievo emozionale** collegato a questa condizione di membro.

# Pregiudizio e Discriminazione



Tale definizione sottolinea tre componenti:

L'aspetto **cognitivo** (la consapevolezza dell'appartenenza ad un gruppo o autocategorizzazione);

L'aspetto **valutativo** (la considerazione piu' o meno positiva che la persona ha del gruppo);

L'aspetto **emozionale** (i sentimenti di attaccamento al gruppo).

# Pregiudizio e Discriminazione

## Alcune conseguenze derivanti dall'assunzione dell'identità sociale:

- a) nessun gruppo vive da solo: il valore ed il prestigio del gruppo viene stabilito sulla base del **confronto con altri gruppi**. Cio' contribuisce indirettamente **all'autostima dei suoi membri**;
- b) un individuo tende a rimanere membro di un gruppo e cerca di appartenere a nuovi gruppi se questi gruppi contribuiscono **positivamente alla sua identità sociale**;

# Pregiudizio e Discriminazione



- c) **se un gruppo non soddisfa** queste esigenze l'individuo tende a lasciarlo a meno che:
- *sia impossibile lasciare il gruppo per **motivi oggettivi**;*
  - *ciò non sia in contrasto con importanti **valori** che sono essi stessi una parte della sua identità sociale.*

# Pregiudizio e Discriminazione

d) se lasciare un gruppo presenta le difficoltà suddette, sono possibili **alcune soluzioni**:

- *limitarsi ad effettuare **confronti con altri gruppi di status simile o subordinato** in modo tale che il risultato sia favorevole al proprio gruppo;*
- ***cambiare la propria interpretazione** degli attributi del gruppo in modo che le sue caratteristiche sgradite siano o giustificate o rese accettabili attraverso una reinterpretazione; **cambiare le dimensioni del confronto**;*
- *accettare la situazione per quello che è e impegnarsi in una **azione sociale** che porti a cambiamenti desiderabili della situazione.*

# Pregiudizio e Discriminazione

Fattori importanti per lo sviluppo di “alternative cognitive”:

- b) Presenza di **confini** relativamente invalicabili fra i gruppi;
- c) Presenza di differenze di **status** relativamente instabili;
- d) Percezione dell'**illeggittimita'** di queste differenze e della arbitrarieta' e iniquita' su cui esse si reggono.
- f) L'identificazione con il gruppo con status inferiore e' massima in una condizione **illeggittima, invalicabile e instabile.**

# Pregiudizio e Discriminazione



Un indicatore attendibile della propensione ad intraprendere attività' collettive e' il livello di **identificazione con il gruppo di appartenenza.**

# Pregiudizio e Discriminazione



## La categorizzazione sociale

- La categorizzazione sociale può essere intesa come la **disposizione dell'ambiente sociale secondo raggruppamenti di persone**, in un modo tale che abbia senso per l'individuo.
- Essa lo aiuta a strutturare la **comprensione causale dell'ambiente sociale** e in questo modo gli serve come guida per l'azione.

# Pregiudizio e Discriminazione



## La categorizzazione sociale

- Solitamente la scelta ricade sulle categorie che meglio permettono di dare un senso alla situazione che abbiamo di fronte.
- Questo processo di “**attribuzione di senso**” può avvenire:
  - a) in modo **consapevole**;
  - b) in modo **automatico**.

# Pregiudizio e Discriminazione



Fattori di influenza dell'uso delle categorie:

**c) accessibilita'** (facilita' di accesso alla categoria).

Essa e' determinata da:

- la **natura degli eventi** immediatamente precedenti (ricerche sugli stimoli preliminari);
- la **disposizione personale** dell'osservatore con la tendenza ad utilizzare abitualmente alcune categorie;
- l'**obiettivo attuale** della persona che effettua la categorizzazione.

# Pregiudizio e Discriminazione



Fattori di influenza dell'uso delle categorie:

**c) integrazione categoriale** (corrispondenza alla situazione attuale).

Fattori che fanno sì che entità discrete siano percepite come gruppi:

- **Destino comune** (persone che fanno qualcosa insieme o alle quali accade accadono le stesse cose);
- **Somiglianza** (persone che condividono caratteristiche comuni);
- **Prossimità** (persone fisicamente vicine).

# Pregiudizio e Discriminazione



## La categorizzazione sociale

- **1) favoritismo interno al gruppo:** i gruppi sviluppano atteggiamenti positivi verso se stessi a fanno discriminazioni nei confronti degli estranei;
- **2) omogeneità interna (identità sociale);** l'affinità all'interno dei gruppi tende alla **polarizzazione**

# Pregiudizio e Discriminazione



- 3) l'identità di gruppo diventa essenziale;
- 4) i membri di uno stesso gruppo sviluppano **atteggiamenti di autocompiacimento** (migliora il senso di autostima sulla base dell'appartenenza al gruppo)

# Pregiudizio e Discriminazione



- **L'identità dei soggetti** in quanto membri di **gruppi minoritari o di maggioranza** (dimensione relativa dei gruppi interessati) sembra essere il fattore più rilevante nel determinare le **asimmetrie nella percezione di omogeneità di gruppo**.
- **Gruppo minoritario** – bisogno di proteggere la propria identità percependosi **più omogeneo**;
- **Gruppo di maggioranza** – tendenza ad attribuire **più omogeneità al gruppo esterno**.

# Pregiudizio e Discriminazione



## Gli stereotipi

- Essi sono definiti **descrizioni semplicistiche di interi gruppi.**
- **Concetti o schemi che includono conoscenze e convinzioni relative a specifici gruppi sociali.**
- Sulla base degli stereotipi la persona ritiene indiscutibilmente che un particolare concetto caratterizzi tutti i membri del gruppo.

# Pregiudizio e Discriminazione



- **Gli stereotipi sono sostenuti da alcuni processi cognitivi:**
- **a) differenziazione e polarizzazione** (la descrizione del proprio gruppo è complessa e differenziata; quella di un gruppo estraneo riflette idee semplicistiche);
- **b) memoria negativa** (si ricordano i fatti che confermano i propri stereotipi);

# Pregiudizio e Discriminazione



- **c) correlazione illusoria** (si creano correlazioni non significative tra la categoria e alcune caratteristiche).

*Si evita di considerare o elaborare le informazioni che contrastano con lo stereotipo mentre si tende a sopravvalutare quelle che lo confermano.*

# Pregiudizio e Discriminazione



- **Alcuni rischi nell'uso degli stereotipi:**
- **a) sopravvalutazione delle differenze tra i gruppi;**
- **b) sottovalutazione delle variazioni all'interno del gruppo;**
- **c) giustificazione dell'ostilità e dell'oppressione.**

# Pregiudizio e Discriminazione



- **Le persone mantengono i pregiudizi ma cambiano il comportamento secondo le esigenze della situazione**
- **Quando i costi sociali del mantenimento e dell'espressione dei pregiudizi sono troppo alti, i pregiudizi vengono temporaneamente negati o definitivamente abbandonati**

# Pregiudizio e Discriminazione



Fattori che favoriscono la **conservazione del pregiudizio**:

- **Consenso sociale**
- **Centralità degli atteggiamenti**

# Pregiudizio e Discriminazione



Fattori che favoriscono **la riduzione del pregiudizio**

- **I contatti sociali (ipotesi di contatto)**

L'aumento dei contatti permette di notare le **somiglianze** tra se stessi e i membri del gruppo esterno e questo appare più **differenziato** al suo interno.

# Pregiudizio e Discriminazione

- L'ipotesi del contatto risulta efficace se sono presenti le seguenti condizioni:
- uguaglianza di status
- raggiungimento degli scopi
- il contatto avviene in un contesto in cui esistono **norme che favoriscono l'uguaglianza** tra i gruppi e l'associazione tra persone di gruppi diversi

# Pregiudizio e Discriminazione



- **i gruppi devono interagire in modi che disconfermino gli stereotipi negativi sugli altri**
- **le persone coinvolte devono essere rappresentative del gruppo (persone tipiche)**

# Pregiudizio e Discriminazione

