

# PSICOLOGIA COGNITIVA

Gaia Vicenzi - Psicologia Cognitiva

# La percezione sociale

Gaia Vicenzi - Psicologia Cognitiva

# La percezione sociale

- ***La percezione sociale*** viene definita come lo studio del modo in cui creiamo impressioni e formuliamo giudizi riguardo gli altri facendo anche delle inferenze.

# Formazione di Impressioni

- Formarsi un'impressione → processo attraverso il quale organizziamo le informazioni relative ad un individuo in una struttura coerente di conoscenze
- Struttura coerente di conoscenza = rappresentazione cognitiva ≠ conoscenza accurata

# Formazione di Impressioni

- Quali sono gli elementi su cui basiamo le nostre impressioni?
  - Indizi visibili:
    - Comportamento non verbale
    - Aspetto fisico
    - Comportamento manifesto (overt behavior)

# Formazione di Impressioni

- Quali sono gli elementi su cui basiamo le nostre impressioni?
  - Indizi visibili:
    - Comportamento non verbale
    - Aspetto fisico
    - Comportamento manifesto (overt behavior)

# Formazione di Impressioni

- Attraverso il CNV possiamo inferire gli atteggiamenti che gli altri hanno nei nostri confronti
  - Inclinazione del corpo durante una comunicazione: proteso verso l'interlocutore → att. Positivo; proteso all'indietro → att. Negativo
  - Contatto corporeo (Crusco & Wetzel, 1984)
    - Cameriere e Avventore
    - Cameriere → non contatto corporeo vs. breve vs. prolungato
    - Avventore → mancia (operazionalizza: piacevolezza)
    - Mancias: contatto breve > non contatto > prolungato

# Formazione di Impressioni

- Attraverso il CNV possiamo inferire delle qualità/intenzionalità dell'interlocutore
  - Contatto oculare:
    - raro = timido o scortese;
    - sguardo direzionato verso l'interlocutore = cortese e onesto;
    - contatto oculare sostenuto = minaccioso
  - Ovviamente il significato è dettato culturalmente (paesi in cui il contatto fisico è percepito positivamente vs. negativamente)

# Formazione di Impressioni

- Differenze sociali nell'espressione del CNV
  - Status sociale: Individui ad Alto status hanno meno espressioni di contatto che persone a Basso Status (Henley, 1973)
  - Il CNV è un importante segnale del ruolo sociale degli attori coinvolti e della struttura sociale in cui si svolge l'interazione

# Formazione di Impressioni

- Differenze di genere nella decodifica dei CNV
- Chi decodifica meglio? Donne? Uomini?
- Le donne sono più capaci degli uomini di decodificare e codificare il comportamento non verbale nei casi in cui le persone dicono la verità. Gli uomini sono più bravi a cogliere le menzogne (Rosenthal e DePaulo, 1979) .
- In generale, comunque, le DONNE sembrerebbero più abili (Hall, 1984)
  - Ipotesi Evoluzionistica
  - Teoria del Ruolo Sociale (Eagly, 1987)

# Formazione di Impressioni

- Ipotesi evolucionista:
  - Donne → Funzione di accudimento
  - Accudimento → Interpretazione dei bisogni prima che questi vengano espressi verbalmente
  - Specializzazione → traduzione dei segnali non verbali = comunicazione dei bisogni

# Formazione di Impressioni

- Teoria del Ruolo Sociale (Eagly, 1987): differenze di genere nel comportamento sociale dovute alla suddivisione dei ruoli nella società

# Formazione di Impressioni

- CNV avviene in maniera (prevalentemente) spontanea e inconsapevole
- Si possono controllare alcuni indici CNV ma non si riescono a controllare tutti
- Menzogne: alto controllo sulla narrazione verbale, al fine di mostrare una versione coerente
- Poiché siamo individui a limitate risorse cognitive  
→ alto controllo sul verbale → basso controllo sul CNV (a parte il viso)

# Formazione di Impressioni

- E' infatti più facile cogliere una menzogna
  - se si è osservatore esterni e quindi non implicati nella discussione con il menzognero
  - Se non ci si focalizza sul CNV del viso ma del resto del corpo
  - Se non si presta attenzione al contenuto verbale (Gilbert & Krull, 1988 → carico cognitivo)

# Formazione di Impressioni

- Quali sono gli elementi su cui basiamo le nostre impressioni?
  - Indizi visibili:
    - Comportamento non verbale
    - **Aspetto fisico**
    - Comportamento manifesto (overt behavior)

# Formazione di Impressioni

- Aspetto fisico viene utilizzato come indicatore delle caratteristiche di personalità
  - Fotografie di scolari più attraenti vennero giudicati da insegnanti come più intelligenti (Clifford, 1975)
  - Individui con tratti più infantili (occhi tondi, mento piccolo) vengono considerati più onesti e meno sicuri di sé (Zebrowitz, 1997)
  - Individui appena assunti di altezza superiore a 1m85 ricevevano uno stipendio superiore al 10% di individui con taglia inferiore

# Formazione di Impressioni

- Perché il CNV e l'aspetto fisico ci permettono di inferire delle qualità e sollecitano degli atteggiamenti diversi nell'osservatore sociale?
  - Teorie implicite di Personalità
  - Modello Salienza-Accessibilità-Applicazione

# Formazione di Impressioni

- Perché il CNV e l'aspetto fisico ci permettono di inferire delle qualità e sollecitano degli atteggiamenti diversi nell'osservatore sociale?
  - Teorie implicite di Personalità
  - Modello Salienza-Accessibilità-Applicazione

# Teorie implicite di Personalità

- La **teoria implicita della personalità** è un tipo di schema che le persone utilizzano per raggruppare differenti tipi di personalità. Estrapolare informazioni da quelle poche che abbiamo.

# Teorie implicite di Personalità

- Teorie implicite di personalità
  - Sono teorie ingenuie (non basate su una verifica sperimentale → non sono teorie scientifiche)
  - Sono delle credenze circa le quali tratti di personalità si accordano tra di loro e quali invece si combinano male
  - Sono delle mappe di riferimento che ci permettono di arricchire le nostre impressioni con un minimo sforzo
  - Ci permettono di andare al di là delle informazioni ricevute inferendo l'esistenza di altre caratteristiche
  - Spesso includono rapporti di causalità tra tratti o vere e proprie spiegazioni della coesistenza di elementi

# **teorie implicite della personalità**

- **Il ruolo della cultura nella teorie implicite della personalità**

**Hoffman et al. (1986) hanno scoperto che la teoria implicita della personalità influenza il modo in cui le persone si formano le impressioni degli altri.**

# Formazione di Impressioni

- Perché il CNV e l'aspetto fisico ci permettono di inferire delle qualità e sollecitano degli atteggiamenti diversi nell'osservatore sociale?
  - Teorie implicite di Personalità
  - **Modello Salienza-Accessibilità-Applicazione**

# Formazione di Impressioni

- Alcuni indizi sono più salienti di altri
  - Salienza: capacità di un indizio di attrarre l'attenzione all'interno del suo contesto
  - Salienza: è una proprietà dello stimolo emergente in un dato contesto
  - E.g. Al mercato tutti pagano ciò che comprano, Mr. X mette in borsa della verdura senza pagare

# Formazione di Impressioni

- Gli indizi, o più generalmente gli stimoli, sono associati ad altri concetti
  - Associazione: legame tra due o più rappresentazioni cognitive (ramo-albero)
  - Possono essere su base semantica o valutativa
  - Create se pensate ripetutamente assieme
  - E.g. il concetto di rubare (indizio saliente) è associato al tratto disonesto

# Formazione di Impressioni

- Il tratto associato sarà quindi attivato
  - stato di prontezza ‘readiness’ (Kunda et al. 2003)



# Formazione di Impressioni

- Un tratto attivato è accessibile
  - Accessibilità si fa riferimento alla facilità e alla rapidità con cui una rappresentazione viene recuperata in memoria (o semplicemente ‘viene in mente’)
  - Accessibilità si fa riferimento alla facilità con cui viene impiegata successivamente nell’elaborazione delle informazioni

# Formazione di Impressioni

- Più una conoscenza è accessibile (bello è buono) più è probabile che tale conoscenza colori le nostre impressioni, le nostre percezioni e i nostri comportamenti

# Formazione di Impressioni

- ‘Ho avuto subito l’impressione che fosse una persona così’
- ‘Mi ha dato immediatamente quella impressione’
- ‘Io l’ho capito subito che era uno di quelli che’
- La prima impressione è quella che conta

# Formazione di Impressioni

- Effetto primacy (effetto di priorità)
  - I primi elementi creano la cornice di interpretazione delle informazioni che vengono successivamente raccolte
  - Si cerca di integrare le nuove informazioni in maniera coerente con le prime informazioni

# Formazione di Impressioni

- Luchins (1957) → effetto primacy in relazione a caratteristiche di personalità
  - Fornisce una descrizione di un individuo che è costituita dal 50% di comportamenti legati all'estroversione (CE) e 50% di comportamenti legati all'introversione (CI)
  - Un gruppo legge CE-CI
  - Un gruppo legge CI-CE
  - Viene chiesto: “ con quale probabilità l'individuo è gioviale?”

# Formazione di Impressioni

- Luchins (1957)
  - Fornisce una descrizione di un individuo che è costituita dal 50% di comportamenti legati all'estroversione (CE) e 50% di comportamenti legati all'introversione (CI)
  - Un gruppo legge CE-CI = 78 %
  - Un gruppo legge CI-CE = 18 %

Viene chiesto: “ con quale probabilità l'individuo è gioviale?”

# Formazione di Impressioni

- Non solo restiamo ancorati alle prime impressioni ma queste sollecitano una ricerca attiva delle conferme
- Aspettative → insieme di conoscenze con cui ci affacciamo sul mondo sociale → indicano la probabilità che un evento si verifichi ...che dato un elemento se ne dia un altro... → un'ipotesi che viene scambiata per certa

# Formazione di Impressioni

- Rispetto ad un'ipotesi
  - Verifica per falsificazione: tipica della scienza
  - Verifica per conferma: tipica del senso comune

# Formazione di Impressioni

- Snyder & Swann (1978)
  - Presentazione: studio di come le persone si comprendono a vicenda
  - I partecipanti pensano di entrare in interazione con un'altra persona
  - G1: devi capire se l'interlocutore è estroverso
  - G2: devi capire se l'interlocutore è introverso

# Formazione di Impressioni

- Snyder & Swann (1978)
  - I partecipanti devono svolgere il compito scegliendo da una lista di 36 domande, 12 domande che avrebbero posto all'interlocutore
  - Le domande:
    - 12 legate all'introversione (ti senti a disagio in presenza di altri?)
    - 12 legate all'estroversione (ti piace incontrare nuove persone?)
    - 12 non legate ai due concetti

# Formazione di Impressioni

- Snyder & Swann (1978)
  - G1: devi capire se l'interlocutore è estroverso: scelgono domande legate all'estroversione
  - G2: devi capire se l'interlocutore è introverso: scelgono domande legate all'introversione
  - Si va alla ricerca di quelle prove che possono confermare le nostre aspettative

# Formazione di Impressioni

- Se A crede che B sia gentile → A pone domande che confermano la sua impressione
- A crederà che B sia gentile
- A si comporterà in maniera gentile
- Cosa succede a B in questa interazione?
- Il comportamento di A solleciterà in B comportamenti di gentilezza?

# Formazione di Impressioni

- Rosenthal & Jacobson (1968)
  - Somministrarono un test di Intelligenza a degli alunni
  - In maniera del tutto casuale, dissero alle insegnanti, che alcuni alunni erano estremamente intelligenti
  - Segnarono alle insegnanti i nomi dei più intelligenti
  - Durante tutto l'anno scolastico, gli sperimentatori monitorarono le insegnanti nelle loro interazioni con gli alunni, sia quelli etichettati come intelligentissimi che quelli etichettati come normali

# Formazione di Impressioni

- Rosenthal & Jacobson (1968)
  - Alla fine dell'anno scolastico, agli studenti fu somministrato lo stesso test di intelligenza
  - Gli studenti etichettati come intelligentissimi, riportarono un punteggio di gran lunga superiore a quello precedente e più alto rispetto alla media
  - Perché? Gli sperimentatori erano degli oracoli o profeti?

# Formazione di Impressioni

- Rosenthal & Jacobson (1968)
  - L'osservazione degli insegnanti durante l'anno ha dimostrato che...
  - L'induzione di aspettative negli insegnanti aveva portato loro a
    - comportarsi in maniera più gentile,
    - avere più attenzione,
    - incoraggiarli maggiormente
    - Controllavano maggiormente gli esercizi e spiegavano loro con calma gli errori

# Formazione di Impressioni

- Profezie che si auto-avverano:
  - Le aspettative presenti in A rispetto a B lo inducono a comportarsi in maniera coerente con queste aspettative e predispongono B a comportarsi (reagendo) in maniera coerente. Tali reazioni di B coerenti con le aspettative di A, confermano le aspettative di A.
  - L'impressione dell'altro è il risultato di una costruzione

# Formazione di Impressioni

- La **similarità percepita** tra l'osservatore sociale e il target ha delle implicazioni rilevanti nel processo di FI
- La **similarità percepita** determina il giudizio dell'osservatore a proposito del target
  - Newcomb (1961): studia la creazione dei rapporti di amicizia tra universitari domiciliati nella stessa casa dello studente
  - Verifica che gli studenti tendono a stringere amicizie soprattutto con persone che hanno stesse caratteristiche socio-demografiche e comunanza di atteggiamenti

# Formazione di Impressioni

- La comunanza di atteggiamenti tra due individui è correlata significativamente e positivamente al grado di attrazione reciproca (Byrne et al. 1965)
- → più aumentano gli atteggiamenti in comune più aumenta l'attrazione tra gli interagenti
- Anche nelle relazioni di coppia la similarità gioca un ruolo più importante della complementarietà

# Formazione di Impressioni

- La similarità percepita si basa anche su indicatori sottili come il CNV
  - Le persone tendono ad imitare i CNV dell'interlocutore (effetto camaleonte) e questo comporta un grado di similarità percepita più elevato e un'interazione vissuta come piacevole
  - Tale comportamento imitativo può essere anche intenzionale...

# Formazione di Impressioni

- Van Baaren et al. 2003
  - Chiesero a dei camerieri di imitare il CNV dei propri clienti o di non imitare i CNV dei loro clienti
  - I camerieri che imitavano i comportamenti dei propri clienti ricevevano mance più elevate
    - Mancìa = operazionalizzazione del grado di piacevolezza dell'interazione

# Formazione di Impressioni

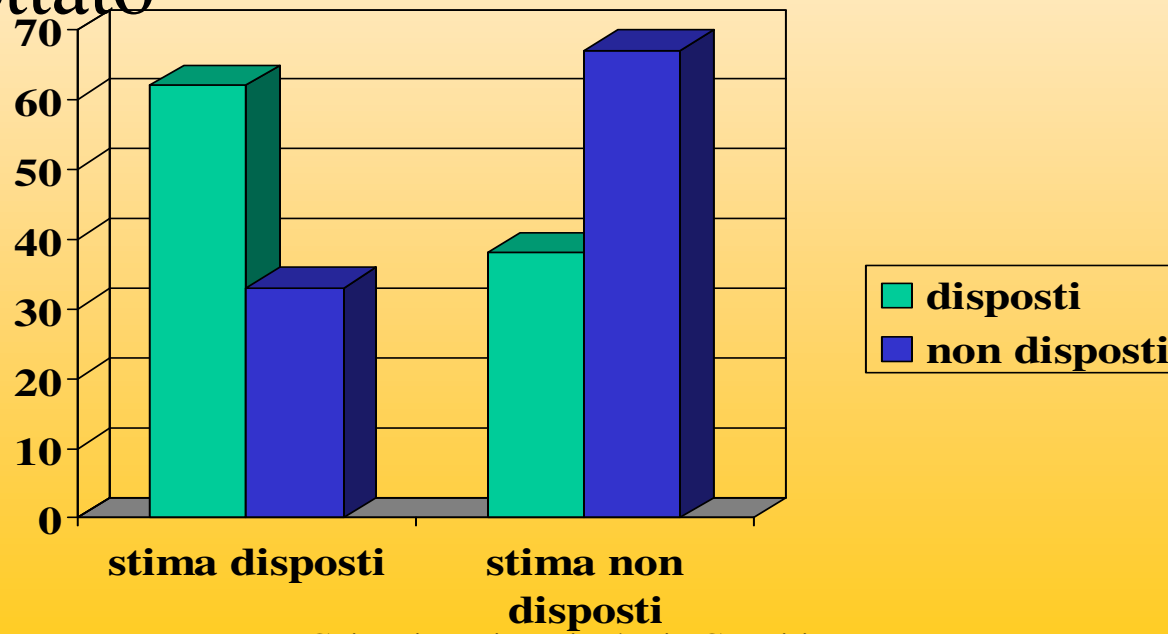
- **La similarità creata:** l'effetto del falso consenso
  - La tendenza a sovrastimare la misura in cui in cui i propri comportamenti, credenze, qualità e atteggiamenti siano diffusi nella popolazione e condivisi da altre persone
  - Si tratta di un euristica di giudizio in cui, in situazioni di incertezza, si utilizzano le proprie opinioni per prevedere quelle degli altri

# Formazione di Impressioni

- Ross, Greene, House, 1977
  - Chiesero a dei partecipanti se fossero disposti o no a girare per il campus universitario con un cartello pubblicitario appesi al collo in cambio di un compenso
  - Nel 62 % dei casi i partecipanti risposero affermativamente

# Formazione di Impressioni

- Venne poi chiesto ai partecipanti di stimare in percentuale quanti studenti avrebbero accettato



# Formazione di Impressioni

- Da che cosa dipende il falso consenso
  - Esposizione selettiva a persone che condividono con noi atteggiamenti e opinioni
  - Motivazione a considerare le nostre opinioni come sostenute dagli altri perché questo ne convaliderebbe la correttezza
  - Bias egocentrico che ci spinge a considerare le nostre scelte come le più corrette e ragionate
  - Saliienza delle nostre opinioni che funzioneranno da ancoraggio nella stima delle opinioni altrui

## In sintesi...

- 1) Che cosa è la percezione sociale?
- 2) Sulla base di quali indici si formano le impressioni?
- 3) Che cosa è una teoria implicita di personalità
- 4) Che cosa dice il modello Salienza-Accessibilità-Applicazione?
- 5) Che cosa è l'effetto primacy?
- 6) Si presenti o l'esperimento di Snyder e S., 1978 o di Rosenthal e J., 1968
- 7) Che cosa è il falso consenso?