

ELISABETTA CLEMENTE ROSSELLA DANIELI

UGO AVALLE MICHELE MARANZANA



Vivere la psicologia e la pedagogia

con Percorsi di
educazione civica

Edizione con
*I concetti base
della psicologia
e della pedagogia*

per il primo biennio
del Liceo delle scienze umane



Inquadra il QR Code e scopri il mondo Sanoma

sanoma

paravia

LESSICO

effetto sé-altro

Bias o inclinazione a modificare la propria valutazione a seconda che si agisca o si osservi la situazione.

► T1, p. 287

L'EFFETTO SÉ-ALTRO Un altro frequente fattore di distorsione è dato dalla “posizione” in cui viviamo le situazioni: tendiamo infatti a valutarle diversamente a seconda che agiamo o siamo spettatori, oppure, nel caso di un coinvolgimento comune, a usare “due pesi e due misure”.

Immaginate che nasca un'accesa discussione tra voi e un'altra persona e che nel corso del diverbio si usino termini poco gentili da una parte e dell'altra. Sarete forse portati a dare molto peso alle ingiurie del vostro interlocutore, ritenendo che le abbia proferite deliberatamente e con cognizione di causa, e viceversa a sminuire il peso delle vostre parole, sostenendo, ad esempio, di averle pronunciate senza una reale volontà, ma soltanto sotto l'effetto dell'ira e della tensione. E con ogni probabilità il vostro interlocutore farà la stessa cosa...

Questo bias è chiamato **effetto sé-altro**, o anche **discrepanza attore-osservatore**.

IN PRATICA

- 1 **Spiega** il concetto di “attribuzione” esemplificandone i diversi stili.
- 2 **Elenca** caratteristiche e tipologie dei principali *biases* di attribuzione.

5 L'influenza sociale

I CONCETTI CHIAVE

Ogni azione che compiamo esercita un effetto su altre persone, e questa “influenza sociale”:

- modifica i sentimenti e i comportamenti delle persone
- è caratterizzata dalla presenza di una “fonte” e di un “bersaglio”
- può avere risvolti positivi o negativi

► Che cos'è l'influenza sociale

Finora abbiamo considerato la vita sociale come la risultante dell'attività di ragionamento, valutazione, interpretazione che ogni soggetto compie sulla base della propria esperienza individuale. Ma in tale esperienza i singoli soggetti non sono mai realmente “soli”: la **presenza di altre persone** è spesso un **fattore decisivo**, in grado di influenzare il nostro pensare e il nostro agire.

Approfondiamo questo aspetto analizzando alcune situazioni in cui potremmo trovarci.

- Giovanna riceve una telefonata da Giulio e decide di cambiare i suoi programmi per quel pomeriggio.
- Filippo risponde sgarbatamente all'insegnante di storia che gli ha dato un brutto voto in una verifica; irritato dalla reazione del ragazzo, l'insegnante scrive una nota di biasimo sul registro di classe.
- Martina è diventata amica di Emma, che gioca da molti anni a basket, e si è appassionata a questo sport.

In tutte le situazioni presentate è osservabile un fenomeno piuttosto comune nella nostra vita quotidiana, che viene chiamato **influenza sociale**.

LESSICO

influenza sociale

Meccanismo psicologico per cui il pensiero, i sentimenti e i comportamenti delle persone sono modificati dalla presenza (reale, immaginaria o implicita) di altre persone.



Nel linguaggio quotidiano il termine “**influenza**”, pur nella varietà dei contesti in cui viene impiegato, indica in generale un’azione esercitata da una cosa o da una persona su un’altra, in modo tale da **modificarne le caratteristiche**. Si parla, ad esempio, dell’influenza o dell’influsso del clima sull’ambiente naturale, della Luna sulle maree, così come è chiamata “influenza” l’azione di certi virus che agiscono sul nostro corpo facendolo ammalare.

In psicologia ci si rifà a un significato di base abbastanza simile: secondo la definizione dello psicologo statunitense **Gordon Allport**, l’influenza sociale è il fenomeno per cui il **pensiero**, i **sentimenti** e i **comportamenti delle persone** sono **modificati dalla presenza** reale, immaginaria o implicita di altre persone.

IL POTERE DEL COINVOLGIMENTO

Siamo consapevoli che anche un nostro semplice commento in una chat può influenzare - in senso positivo o negativo - qualcuno e spingerlo a compiere una determinata azione?

► Le caratteristiche dell’influenza sociale

I SOGGETTI COINVOLTI Esistono differenze importanti tra l’influenza di cui parla il senso comune e l’analoga nozione tematizzata dagli psicologi. In primo luogo, generalmente siamo portati a concepirla come un processo a una sola direzione: c’è qualcosa che produce un’azione e qualcos’altro che la subisce. Gli psicologi sostengono invece che le persone sono al contempo **soggetto e oggetto di influenza**, cioè svolgono, per usare una terminologia più specifica, tanto il ruolo di **fonte** (la persona da cui parte l’influenza) quanto quello di **bersaglio** (quella a cui arriva).

DISTANZA E VICINANZA In secondo luogo, perché ci sia influenza sociale **non è necessario che la fonte sia materialmente presente**, ma è sufficiente che venga percepita come “vicina” sotto il profilo affettivo ed emotivo. Ad esempio:

- il ricordo di una persona defunta può avere su un individuo un influsso più decisivo di quello che la persona stessa esercitava quando era in vita;
- il ragazzo o la ragazza di cui siamo innamorati e su cui speriamo di fare colpo modificano i nostri comportamenti e i nostri pensieri anche quando non ci sono fisicamente vicini;
- un personaggio famoso del mondo dello spettacolo o dello sport può diventare un modello da imitare, influenzando il modo in cui gli adolescenti parlano, si vestono e si pongono nei confronti degli altri.

L’INTENZIONE Infine, l’influenza può prodursi a **prescindere dal fatto che la fonte** da cui proviene **intenda effettivamente esercitarla**. Pensiamo alla moda: a volte basta che una persona adotti un particolare look o introduca una particolare abitudine perché questi si diffondano in poche ore, indipendentemente dalla volontà del soggetto di influenzare gli altri con le proprie scelte.

GLI EFFETTI Occorre sottolineare che, diversamente da quanto accade nel linguaggio comune, in quello della psicologia sociale il termine “influenza” **non ha di per sé una connotazione negativa**: sono molte le circostanze in cui l’influsso degli altri produce sulle persone effetti positivi, aiutandole a pensare e a comportarsi in modo più ragionevole e vantaggioso. Ad esempio, un bambino o una bambina che non fosse sensibile all’influenza degli adulti rischierebbe di cacciarsi sempre in situazioni pericolose e di fatto non riuscirebbe ad appropriarsi di quelle conoscenze e abilità che gli sono necessarie nella vita.

In generale possiamo affermare che, in qualunque ambito, la discussione, la collaborazione e il progresso sarebbero impossibili se gli individui fossero del tutto “impermeabili” gli uni rispetto agli altri, incapaci cioè di **superare i propri limiti** grazie all’influenza reciproca.

► I meccanismi di reazione

Come abbiamo detto, l’influenza sociale dipende non soltanto dal soggetto da cui proviene (la fonte), ma anche dal soggetto su cui si esercita (il bersaglio). Quando una persona si trova esposta all’influenza degli altri, può infatti reagire in molti modi. Cerchiamo di spiegarli immaginando il caso di un ragazzo non troppo motivato allo studio.

L'ACQUIESCENZA Ipotizziamo che genitori e insegnanti cerchino di modificare la sua condotta svogliata ricorrendo a promesse, minacce, punizioni. Può darsi che il ragazzo, allettato da qualche prospettiva di ricompensa, o soltanto desideroso di evitare problemi, cambi il proprio atteggiamento, pur restando intimamente maldisposto nei confronti della scuola. In questo caso si è prodotta quella che lo psicologo statunitense **Herbert Kelman** (1927-2022) definisce **acquiescenza**, ossia un **cambiamento puramente esteriore**, indotto dalla possibilità di ricevere ricompense e punizioni dalla fonte.

L'IDENTIFICAZIONE Possiamo anche immaginare che lo studente svogliato, a un certo punto, si innamori perdutamente di una compagna di scuola e ne sia ricambiato. Se la ragazza avesse un ottimo profitto scolastico e manifestasse stima e considerazione soprattutto per gli studenti che si applicano di più, forse il nostro soggetto cambierebbe atteggiamento nei confronti dello studio, al fine di meritarsi il rispetto della compagna. Questa risposta può venire ricondotta a quella che Kelman chiama “identificazione”, che è la **modificazione** di pensieri, sentimenti e comportamenti al **fine di stabilire o mantenere una relazione gratificante con la fonte**.

L'INTERIORIZZAZIONE Possiamo infine supporre che il nostro studente, a un certo punto della sua carriera scolastica, incontri una persona (un compagno, un insegnante) che riesca a fargli cogliere il valore dello studio e a suscitare in lui un atteggiamento positivo nei confronti della scuola. L’influenza di questa persona farà sì che il ragazzo ne accolga gradualmente le ragioni e i punti di vista, facendoli propri. In questo caso, secondo Kelman, si è verificata una interiorizzazione, cioè un **mutamento** non soltanto esteriore, ma **integrato in un sistema di valori e di credenze profonde**.

LESSICO

acquiescenza Cambiamento esteriore della condotta di una persona, provocato dalla possibilità di ricevere ricompense e punizioni dalla “fonte” di influenza.

Acquiescenza, identificazione e interiorizzazione sono correlate a precise **caratteristiche della fonte** di influenza:

- una fonte **potente**, capace cioè di dispensare premi e punizioni, tenderà a produrre **acquiescenza**;
- una fonte **attraente** metterà probabilmente in moto un processo di **identificazione**;
- una fonte **credibile**, infine, stimolerà un'accettazione motivata dei contenuti e quindi un'**interiorizzazione**.

► Alcune forme di influenza sociale

LA RICERCA DEL CONSENSO Tra i diversi tipi di influenza sociale, quella che fin da subito ha interessato gli studiosi è stata la formazione del **consenso**, cioè il fenomeno per cui all'interno di gruppi più o meno ampi di persone si giunge a un'**uniformità di pensiero e di giudizio**.

Un primo esperimento su questo fenomeno fu condotto nel **1935** dallo psicologo statunitense di origine turca **Muzafer Sherif**. Egli partì da un'**illusione ottica** in virtù della quale, se si fissa abbastanza a lungo una piccola luce in un luogo molto buio, questa sembra muoversi in ogni direzione ("effetto autocinetico"). Sherif chiese a persone diverse, tutte ignare del carattere illusorio del movimento, di valutare l'entità dello spostamento del punto luminoso.

LA NORMALIZZAZIONE Dapprima ogni soggetto sperimentale venne invitato a giudicare singolarmente, in seguito doveva svolgere il compito in compagnia di altre persone. Sherif scoprì che il soggetto nella prima situazione era abbastanza preciso e traeva conclusioni individuali, nella seconda situazione, invece, tendeva a **modificare le proprie opinioni** senza accorgersene, **uniformandole a quelle del gruppo**. Lo studioso spiegò il fenomeno in questo modo: in situazioni ambigue, cioè in assenza di dati oggettivi che possano orientare le valutazioni, la ricerca del consenso prende il sopravvento sui giudizi individuali. Gli studiosi parlano a questo proposito di **normalizzazione**, termine che indica appunto l'elaborazione di una "norma" comune che funzioni come criterio di valutazione.

IL CONFORMISMO L'esperimento di Sherif riguardava una situazione di incertezza, cioè priva di criteri oggettivi per stabilire la verità di un giudizio o di un'affermazione. Ma quando questi criteri ci sono, l'influenza sociale può ugualmente esercitarsi?



LESSICO

consenso

Elevato grado di uniformità, nelle abitudini di vita e nel modo di pensare, dei membri di uno stesso gruppo sociale.

normalizzazione

Elaborazione di una norma, cioè di un criterio collettivo di riferimento, che si produce in un gruppo in situazioni incerte o ambigue.

IL CONSENSO NEL GRUPPO

Giungere all'uniformità di pensiero e di giudizio nel gruppo sociale a cui apparteniamo (a scuola, nell'attività sportiva, nel lavoro ecc.) ci rende più sicuri nello svolgimento dei compiti che ci sono affidati.

L'ALLINEAMENTO AGLI ALTRI

Il conformismo può dare un senso di sicurezza all'individuo: allineandosi a ciò che fanno "gli altri", egli si risparmia lo sforzo di compiere scelte personali, talvolta difficili o controcorrente.



La risposta a questa domanda sembra giungere da un **esperimento** condotto da **Solomon Asch**, in cui furono coinvolti 8 individui, dei quali 7 erano complici dello sperimentatore. A più riprese, vennero mostrate ai partecipanti due schede: su una era tracciata un'unica linea; sull'altra figuravano 3 segmenti di lunghezze diverse. Ogni soggetto venne invitato a indicare quale dei 3 segmenti della seconda scheda aveva la stessa misura della linea della prima scheda. Per un certo numero di prove tutto procedette in modo regolare, poi i soggetti complici dello sperimentatore cominciarono a dare **risposte unanimes, ma sbagliate**. Il vero soggetto sperimentale si trovò a formulare il suo giudizio dopo aver sentito quelli di una maggioranza apparentemente convinta e compatta. Come si comportò? I risultati rilevati da Asch sono molto interessanti: **circa 1/3 delle risposte dei soggetti sperimentali si adeguò a quelle della maggioranza** e il 75% di questi soggetti si allineò alla posizione maggioritaria almeno una volta nel corso delle prove. A conclusione dell'esperimento, molti degli individui esaminati dichiararono di essere rimasti perplessi riguardo alla risposta della maggioranza, ma di aver deciso di uniformarsi, pur non condividendola, per non dover provare il disagio di sentirsi soli di fronte a una valutazione unanime.

LESSICO

conformismo

Allineamento di un individuo ai costumi, alle opinioni, agli atteggiamenti e ai comportamenti di un certo gruppo sociale per essere accettato.

Quello testato da Asch è un esempio di **conformismo**, ossia di quel processo che porta l'individuo ad **allinearsi alle opinioni, agli atteggiamenti e ai comportamenti di un gruppo sociale**, senza avere altre ragioni per farlo se non il desiderio di essere accettato e accolto dal gruppo stesso (► **La teoria nei fatti**, p. 286).

LA SOTTOMISSIONE ALL'AUTORITÀ Tra le varie manifestazioni dell'influenza sociale, quella che può avere gli effetti più inquietanti è l'obbedienza all'autorità. Gli uomini, infatti, nel corso della storia hanno commesso crimini orrendi, adducendo a loro giustificazione proprio il fatto di aver obbedito a ordini superiori.

Nel 1965 lo psicologo statunitense **Stanley Milgram** (1933-1984), all'epoca professore nell'Università di Yale, condusse in proposito un esperimento che, per gli esiti a cui approdò, è ancora oggetto di interesse e dibattito. Milgram coinvolse alcuni volontari dicendo loro di voler effettuare uno studio sull'apprendimento: in qualità di **maestri**, essi avrebbero dovuto far imparare a memoria una lista di termini ai propri **allievi**, che in realtà erano **collaboratori** dello sperimentatore. Quando costoro fossero incorsi in un errore, i maestri avrebbero dovuto punirli somministrando

I rischi del conformismo: bullismo e cyberbullismo

LE POSSIBILI CAUSE Il conformismo assume un ruolo particolarmente importante nell'adolescenza, quando il desiderio di essere **accettati o riconosciuti dal gruppo** può costituire una motivazione molto profonda, capace di orientare le scelte individuali. Non è raro, infatti, che le dinamiche interne al gruppo diano origine e sostegno a forme di bullismo o cyberbullismo, cioè condotte aggressive, persecutorie o comunque lesive nei confronti di altri soggetti.

Il **bullismo** può essere definito come un'attività di **persecuzione sistematica** ai danni di una persona attraverso l'aggressione fisica o verbale, la sopraffazione o l'umiliazione pubblica. Quando tale attività si attua **mediante strumenti informatici**, con l'utilizzo di canali di comunicazione online, si parla di **cyberbullismo**.

I SOGGETTI COINVOLTI Tipica di entrambi i fenomeni è la presenza di **una vittima** e di un **gruppo di "bulli" o "cyberbulli"**, che soprattutto nel primo caso è guidato dalla figura più "carismatica". In tali circostanze, infatti, l'azione del "capo branco" rappresenta non soltanto una forma di aggressione o di intimidazione contro la vittima, ma anche un modo per **affermare il proprio ruolo di "leader"** sugli altri membri del gruppo, dissuadendoli dal venir meno alla fedeltà nei suoi confronti.

In particolare nel cyberbullismo, in cui l'assenza di contatto fisico con la vittima e la possibilità di celarsi dietro **nickname fittizi** tende a deresponsabilizzare chi partecipa a vario titolo all'aggressione, le dinamiche interne al gruppo possono diventare cruciali per l'esito dell'aggressione stessa.

LE DINAMICHE DEL CYBERGRUPPO Secondo una classificazione elaborata dalla psicologa Anna Oliverio Ferraris, si possono distinguere:

- gli **indifferenti**, cioè coloro che assistono all'aggressione senza intervenire: pur non approvando la condotta del bullo, non la ostacolano, per disinteresse o per paura;
- i **moderatori**, che cercano di aiutare la vittima, ad esempio deplorando gli insulti e i commenti malevoli;
- i **fiancheggiatori**, che, pur non prendendo direttamente parte all'attacco, forniscono informazioni che possono contribuire ad amplificarlo (ad esempio, rendendo pubblico l'indirizzo di posta elettronica del bersaglio);
- i **rilancianti**, che diffondono in Rete i dati della vittima, partecipando così a pieno titolo all'aggressione in corso; il loro ruolo può essere spesso determinante.

ORA TOCCA A TE

CONDIVIDI E RIFLETTI Divisi in piccoli gruppi e coordinati dall'insegnante, cercate di ricordare almeno un episodio in cui avete subito o assistito a una forma di bullismo. Come vi siete comportati? C'è qualcosa che avreste voluto fare di diverso, ma siete stati impediti? Che cosa avete provato? Commentate le diverse vicende con sincerità, rispetto e senso critico.

