



PSICOLOGIA SOCIALE

lez. 4



Paola Magnano
paola.magnano@unikore.it

**COME FORMIAMO UN'IMPRESSIONE
SU NOI STESSI?
COME ARRIVIAMO A SAPERE CHI
SIAMO E COSA PROVIAMO NEI
CONFRONTI DI NOI STESSI?**

le fonti della conoscenza di sé

le persone costruiscono la conoscenza di sé in maniera molto simile a quella con cui formano le impressioni degli altri, usando tipi di informazione e processi interpretativi analoghi

concetto di sé

è l'insieme delle convinzioni che un individuo prova verso le proprie qualità personali; si compone nel tempo, e si basa sull'interpretazione di molteplici tipi di informazioni

le fonti della conoscenza di sé

introspezione

riflettere sui propri stati interiori - mentali ed emotivi - rappresenta uno dei modi principali per conoscere se stessi ...

... tuttavia non è sempre attendibile!

perché elaboriamo simultaneamente una gran quantità di informazioni, la maggior parte delle quali in maniera automatica ed inconsapevole; questo avviene anche nel caso dei propri pensieri e comportamenti perché spesso non siamo consapevoli di ricordi o pensieri spiacevoli, ma questi continuano ad agire sui nostri comportamenti perché tendiamo a sopravvalutare noi stessi e i nostri aspetti positivi

le fonti della conoscenza di sé

teoria dell'autopercezione

Bem, 1967; 1972

- noi inferiamo i nostri stati interiori - solitamente ambigui e difficili da interpretare - esaminando il nostro comportamento, come farebbe un osservatore esterno.
- nel formulare queste inferenze sulle nostre caratteristiche personali teniamo conto delle condizioni in cui il comportamento si verifica: lo attribuiremo a noi stessi se lo abbiamo scelto di liberamente (*motivazione intrinseca*), piuttosto che se le condizioni esterne ci hanno obbligato (*motivazione estrinseca*)

le fonti della conoscenza di sé

teoria dell'autopercezione

Bem, 1967; 1972

- *motivazione intrinseca*: le attività vengono scelte ed eseguite per interesse, divertimento, piacere...
- *motivazione estrinseca*: le attività vengono scelte ed eseguite per ricompense o per evitamento della punizione



effetto di sovragiustificazione

se premiamo una persona motivata intrinsecamente, il rischio è che la motivazione estrinseca indebolisca quella intrinseca

le fonti della conoscenza di sé

processi di attaccamento

la prima relazione che il bambino stabilisce è con la propria madre o con il caregiver

il proprio senso di identità comincia a svilupparsi a partire da queste precoci interazioni nel corso dell'infanzia

- il bambino impara ad apprezzare se stesso e il suo valore attraverso l'esperienza dell'accudimento
- un comportamento evitante della madre getta le basi per un concetto di sé negativo ed una ridotta autostima

le fonti della conoscenza di sé

il sé riflesso

Cooley, 1902

una fonte di conoscenza di sé è data dalle reazioni altrui; queste reazioni sono una sorta di specchio che riflette la nostra immagine in modo che anche noi possiamo vederla



- * agisce come la profezia che si autodetermina
- * influisce maggiormente sui bambini o su coloro che non hanno un saldo concetto di sé
- * rischio del bias di conferma (*selezioniamo i feedback che confermano le nostre convinzioni*)

le fonti della conoscenza di sé

teoria del confronto sociale

Festinger, 1954

le persone apprendono e valutano le proprie qualità personali confrontandosi con gli altri



- * il confronto sociale ci consente di sviluppare il nostro senso di unicità

il sé e le relazioni interpersonali

- le interazioni con persone per noi importanti ci consentono di sviluppare e conservare in memoria schemi relazionali, cioè modelli mentali degli scambi tipici e delle emozioni normalmente coinvolte in tali relazioni
- questi modelli mentali si attivano anche nell'interazione con persone che hanno caratteristiche simili

identità sociale

- nel nostro concetto di sé non includiamo soltanto gli altri significativi, ma anche i gruppi sociali nei quali ci identifichiamo
- non sono soltanto le qualità personali a determinare l'identità e il senso del proprio valore personale, ma anche le caratteristiche condivise con gruppi ritenuti importanti ed emotivamente significativi

teoria dell'identità sociale

Tajfel & Turner,
1979; 1986

noi sentiamo il bisogno di avere un'identità sociale positiva e quindi contrapponiamo il gruppo a cui sentiamo di appartenere (ingroup) ai gruppi esterni (outgroup)

- conseguenze: discriminazione e conflitto intergruppi
- vantaggi: aumento dell'autostima e difesa da discriminazioni esterne

teoria della categorizzazione del sé

Turner, 1985

Turner & Reynolds, 2001

interazione tra identità personale e sociale

- identità personale: tratti e attributi che definiscono l'unicità dell'individuo rispetto al suo gruppo sociale
- identità sociale: le caratteristiche che accomunano l'individuo con gli altri membri del suo gruppo sociale in termini di similarità condivise (vs. altri gruppi)

a volte prevale la prima, altre volte la seconda, a seconda delle circostanze

conoscenza di sé

concetto di sé

è la rappresentazione cognitiva di noi (quello che sappiamo di noi stessi)

autostima

è la valutazione affettiva (quello che proviamo nei confronti di noi stessi)

conoscenza di sé

concetto di sé

implica una rete di convinzioni che ci riguardano

schemi di sé

strutture mentali che ci aiutano ad organizzare le esperienze del passato guidano l'elaborazione di nuove informazioni rilevanti

(Marcus, 1977)

conoscenza di sé

effetto di autoreferenza

le persone utilizzano il Sé come punto di riferimento a partire dal quale classificano e valutano tutto il resto

gli schemi di sé svolgono un importante ruolo nell'elaborazione delle informazioni sulle altre persone

(Higgins & Bargh, 1987; Klein & Kihlstrom, 1986; Kuiper & Rogers, 1979)

sé attuale, ideale, possibile

sé possibile

riguarda il modo in cui ci vediamo nel futuro, cosa e come ci piacerebbe diventare

Markus & Nurius, 1986

sé ideale

come vorremmo essere

sé imperativo

come sentiamo di dover essere

discrepanza dei Sé

le persone valutano se stesse sulla base di canoni interiori “ideali” o “imperativi”: questo dà luogo a specifiche conseguenze emozionali

Higgins, 1987

la discrepanza tra sé ideale, reale ed imperativo influenza il nostro benessere personale e la nostra autostima

(Strauman, Higgins, 1988)

sé ideale: rappresenta gli esiti positivi che le persone cercano di conseguire o obiettivi di avanzamento

depressione, tristezza, delusione
in caso di mancato raggiungimento

sé imperativo: chiama in causa gli esiti negativi che le persone cercano di evitare (obiettivi di prevenzione)

ansia e agitazione
in caso di mancato raggiungimento

L'AUTOSTIMA

È una valutazione realistica del concetto di sé,
dei propri punti di forza e di debolezza

“Sono una persona di valore”

“Complessivamente sono soddisfatto di me stesso”

(Rosenberg,
1965)

**l'autostima ci dà la misura dell'efficacia con la
quale ci adattiamo al nostro mondo sociale**

L'AUTOSTIMA

Persona con buona autostima: ha fiducia in sé,
valuta se stessa positivamente ed intraprende azioni
per migliorare i propri lati deboli

Persona con bassa autostima: ha poca fiducia in
sé ed è convinta di non avere molte risorse per
intraprendere azioni di miglioramento

IL SENSO DI AUTOEFFICACIA

fa riferimento alle convinzioni che ognuno ha sulle proprie abilità di controllare il comportamento e quindi di determinare il successo o il fallimento nelle varie prestazioni. Un individuo con alta self-efficacy è come se dicesse: sono sicuro di potercela fare a risolvere questo problema

Di Nuovo, Giovannini, Loiero, 1999, p. 15

DIFFERENZE TRA

AUTOSTIMA E AUTOEFFICACIA

Bandura, 1997

riguarda giudizi di
valore personale

riguarda giudizi di
capacità personale

- non c'è una relazione definita tra le convinzioni circa le proprie capacità e il fatto di piacersi o non piacersi: una persona può giudicarsi irrimediabilmente inefficace in una data attività senza che questo abbia influenza sui livelli di autostima, se non investe tale attività del senso di valore personale
- l'autoefficacia è una delle fonti dell'autostima, insieme al possesso o meno di attributi culturalmente investiti di valore positivo o negativo

LE FONTI DELL'AUTOEFFICACIA

Bandura, 1996, pp. 15-18

Le convinzioni delle persone riguardo la propria efficacia si possono originare da quattro fonti principali:

1. le **esperienze di gestione efficace**, cioè quelle in cui una persona affronta effettivamente con successo una determinata situazione; i successi determinano una solida fiducia nella propria efficacia personale, i fallimenti invece la indeboliscono;
2. l'**esperienza vicaria**, fornita dall'osservazione di modelli; il fatto di vedere persone simili a sé che raggiungono i propri obiettivi attraverso l'impegno e l'azione personale incrementa nell'osservatore la convinzione di possedere anch'egli le capacità per riuscire in situazioni analoghe;

LE FONTI DELL'AUTOEFFICACIA

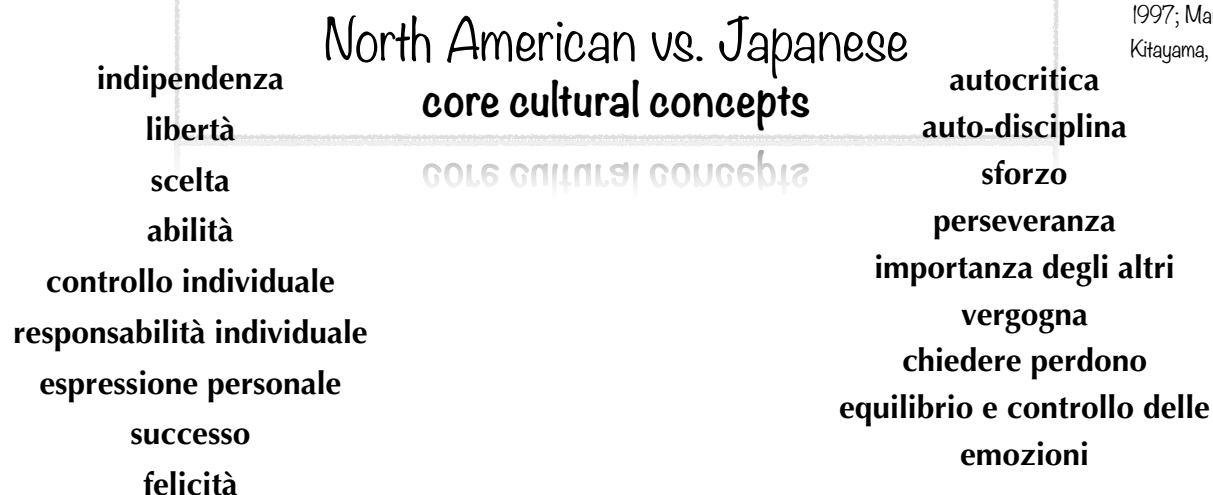
Bandura, 1996, pp. 15-18

3. la **persuasione**: le persone che sono state convinte verbalmente di essere in possesso delle capacità necessarie per compiere efficacemente determinate attività hanno più probabilità di attivare un impegno maggiore e più prolungato di quante non ne avrebbero se nutrissero dubbi su di sé e restassero passive quando sorgessero dei problemi;
4. gli **stati emotivi e fisiologici**: spesso le reazioni di stress e la tensione vengono interpretati come segnali che fanno presagire cattive prestazioni; le persone con buona autoefficacia considerano il proprio stato di attivazione emotiva come qualcosa che facilita l'azione dando energia, mentre quelle sfiduciate vivono la stessa attivazione come debilitante. Migliorare le condizioni fisiche, ridurre la propensione allo stress e ad emozioni negative e correggere le interpretazioni scorrette delle condizioni corporee può modificare le convinzioni di efficacia.

differenze culturali nel concetto di sé

le culture influenzano il tipo di concetto di sé che le persone elaborano

(Fiske, Kitayama, Markus, Nisbett, 1997; Greenfield, 1997; Markus, Kitayama, 1991)



culture indipendenti e culture interdipendenti

caratteristica	cultura indipendente	cultura interdipendente
definizione del sé	individuo unico, separato dal contesto sociale	individuo connesso agli altri
struttura del sé	unitaria e stabile; costante attraverso situazioni e rapporti	fluida e variabile; muta da una situazione - o relazione - all'altra
caratteristiche importanti	sé privato, interiore (capacità, pensieri, tratti, sentimenti)	sé esterno, pubblico (condizioni sociali, ruoli, rapporti)
compiti significativi	esprimere se stesso promuovere i propri obiettivi essere diretto	senso di appartenenza e di adattamento agire in maniera appropriata promuovere obiettivi di gruppo essere indiretto

(Markus, Kitayama, 1991)

conoscenza di sé

**Siamo interessati a sviluppare una
comprensione accurata di noi stessi?
Siamo ugualmente interessati a conoscere le
nostre qualità desiderabili e indesiderabili?**

motivazione all'autoaccrescimento

**desiderio di esaltare i nostri lati positivi e proteggere il nostro
Sé da informazioni negative**

(Sedikides & Strube, 1997)



**il bisogno di autostima ci induce a prestare maggiore
attenzione alle informazioni favorevoli per il Sé e ad evitare
riscontri sfavorevoli**

IL BIAS AL SERVIZIO DEL SE'

è una distorsione degli avvenimenti motivata dagli interessi personali della persona. Invece di essere osservatori neutrali, interpretiamo gli avvenimenti sociali in termini per noi favorevoli, o a vantaggio del nostro gruppo di appartenenza, vivendoli così in modo più positivo

I BIAS AL SERVIZIO DEL SE'

ESEMPIO: *servono alle persone a mantenere una buona autostima*

1. esame superato brillantemente

SPIEGAZIONE: sono bravo! (bias di accrescimento del sé)

2. esame andato male

SPIEGAZIONE: le domande erano troppo difficili (bias di protezione del sé)

autopresentazione

strategie che adottiamo per suscitare impressioni positive negli altri

motivazione a scegliere dei comportamenti volti a creare negli altri l'impressione di sé che si desidera; serve ad accattivarsi il favore altrui e ad autopromuoversi, cercando di trasmettere un'impressione positiva, per ricavarne potere, influenza o approvazione (Jones, Pittman, 1982; Tedeschi, 1981)

automonitoraggio

caratteristica di personalità definita come il grado di sensibilità alle richieste degli eventi sociali in base al quale le persone conformano il loro comportamento a diverse situazioni (Snyder, 1974)

scarso automonitoraggio

tendenza ad esprimere i propri atteggiamenti e le proprie inclinazioni (preferenza per l'autoespressione)

elevato automonitoraggio

tendenza a conformare i propri comportamenti alle richieste delle persone e della situazione (preferenza per l'autopresentazione)

autoaccrescimento nelle diverse culture



- la motivazione all'autoaccrescimento è applicabile soltanto nella culture individualistiche (Heine et al., 1999)
- in realtà ciò che cambia è la diversa definizione di sé in termini positivi:
 - le culture individualistiche esaltano le caratteristiche che denotano l'efficacia personale (*indipendenza, capacità di leadership*)
 - le culture collettivistiche esaltano i tratti collettivi significativi (*rispetto, conformità, lealtà*)

focus sul Sé e comportamento



teoria dell'autoconsapevolezza oggettiva

(Duval & Wicklund, 1972)

- * concentrare l'attenzione sul Sé motiva le persone a valutare fino a che punto il proprio comportamento sia in linea con le norme di condotta e ad operare le opportune correzioni
- * naturalmente grande influenza ha il senso di autoefficacia

focus sul Sé e comportamento

teoria dell'autoregolazione

(Baumeister, Schmeichel, Vohs, 2007)



1. standard di autoregolazione: obiettivi personali, norme sociali, aspettative degli altri ...
 - ☞ concetti (che tipo di persona vogliamo essere)
 - ☞ principi (valori, aspirazioni comportamentali globali)
 - ☞ scripts (specifici comportamenti)
 - ☞ sequenze (obiettivi a controllo motorio)
2. monitoraggio: viene facilitato dall'autoconsapevolezza e ci permette di valutare la posizione del Sé rispetto agli standard

focus sul Sé e comportamento

teoria dell'autoregolazione:
funziona sempre?



fallimento dell'autoregolazione

riduzione del monitoraggio

indebolimento dell'Io (esaurimento dell'energia)

eccessivo focus sul Sé (sentirsi "sotto pressione")

sperimentare emozioni negative (sentimenti di inadeguatezza)

focus sul Sé e comportamento

teoria dell'autodeterminazione

(Deci & Ryan, 1985; 2000)



sono importanti le ragioni che spingono le persone a regolare il loro comportamento

se è motivata da pressioni esterne richiede molto sforzo, rischia di esaurire le risorse psicologiche e può causare conflitti

se viene scelta spontaneamente ed è compatibile con i propri bisogni e desideri, allora è efficace

lo sviluppo del concetto di sé nei bambini

Il self-concept diviene maggiormente differenziato con l'aumentare dell'età

(Shavelson, Hubner e Stanton, 1976)

Crescendo, il concetto di sé diviene più strettamente correlato con indicatori esterni di competenza (abilità, raggiungimento degli obiettivi e etero-percezioni degli altri significativi)

(Marsh, 1985, 1990)

Il concetto di senso di sé globale non si sviluppa prima degli 8 anni di età ed in esso è inclusa la percezione di competenza

(Harter, 1983)

In uno studio che mette in relazione il concetto di sé e l'apprezzamento per la scuola, viene messo in evidenza come i bambini che hanno una migliore valutazione di sé in generale, mostrano anche una percezione più positiva degli insegnanti e un maggiore apprezzamento della scuola

(Ireson e Hallam, 2005).







Negli alunni di 6-7 anni l'autostima è influenzata dalle relazioni con i pari e con gli insegnanti: gli studenti si valutano più positivamente se percepiscono il supporto, nell'apprendimento, da parte degli insegnanti e se sperimentano un contesto di apprendimento positivo









(Ryan, Stiller e Lynch, 1994)

VALUTAZIONE DELL'IMMAGINE DI SÉ

Nome e cognome _____
 Et  _____ M F Classe _____

► Nelle pagine che seguono troverai delle immagini associate ad aggettivi che le descrivono. Dovrai indicare quanto ti assomiglia ciascuna di queste immagini, segnando con una crocetta il punteggio da 1 (Per niente) a 5 (Molto). Rispondi senza stare troppo a pensarci, riflettendo su come sei e non come vorresti essere. Se hai qualche dubbio o non ti   chiara qualcosa, chiedi a chi   in classe. Grazie e buon lavoro!

		Per niente	Poco	Cos� e cos�	Abbastanza	Molto
FORTE come ...		1	2	3	4	5
DIPENDENTE come ...		1	2	3	4	5
AGGRESSIVO come ...		1	2	3	4	5
PROFONDO come ...		1	2	3	4	5
CALDO come ...		1	2	3	4	5
INDESIDERABILE come ...		1	2	3	4	5

		Per niente	Poco	Cos� e cos�	Abbastanza	Molto
CHIUSO come ...		1	2	3	4	5
AGITATO come ...		1	2	3	4	5
FRAGILE come ...		1	2	3	4	5
TESO come ...		1	2	3	4	5
IMPORTANTE come ...		1	2	3	4	5
PASSIVO come ...		1	2	3	4	5
INSICURO come ...		1	2	3	4	5
GUSTOSO come ...		1	2	3	4	5