

Corso di Laurea in Scienze del Servizio Sociale
a.a. 2012/2013

PSICOLOGIA SOCIALE E DI COMUNITÀ
Modulo di
PSICOLOGIA SOCIALE E DEI GRUPPI

Atteggiamenti

Alessio Nencini
alessio.nencini@univr.it

Conoscenza e valutazione

- ▶ Interpretazione degli «oggetti» del mondo non solo attraverso elementi contestuali, ma anche e soprattutto in relazione a noi stessi.
- ▶ «conoscere» qualcosa significa situarla nelle pratiche d'uso che la rendono conoscibile



Atteggiamenti: origini

- ▶ Approccio interazionista: Mead, Thomas e Znaniecki
 - ▶ Atteggiamento come «segno»: quella parte non visibile ed interiore del «gesto»
- ▶ Gordon Allport (1935): atteggiamento come forma valutativa di conoscenza
 - ▶ «stato di prontezza mentale... che esercita un'influenza direttrice o dinamica sulle risposte che un individuo dà agli oggetti e situazioni con cui si relaziona»



Atteggiamenti e opinioni

- ▶ Negli atteggiamenti, la componente **cognitiva** di ordine valutativo è associata ad una **affettivo-emozionale**.
- ▶ L'atteggiamento è considerato un costrutto più «profondo» che quindi indirizza e contribuisce alla formazione delle opinioni.



Modello tripartito (Rosenberg e Hovland, 1960)

- ▶ Atteggiamento composto da tre componenti:
 1. Cognitiva (conoscenza)
 2. Affettiva (emozioni)
 3. Comportamentale (tendenza all'agire)



«Misurazione» degli atteggiamenti

- ▶ Il problema della misurazione in psicologia sociale
 - ▶ Quantificazione di costrutti ipotetici
 - ▶ Misurazione come uso del linguaggio
 - ▶ Prevedibilità, affidabilità, validità
 - ▶ Desiderabilità sociale



«Misurazioni» esplicite degli atteggiamenti

- ▶ Thurstone (1928): *scala a intervalli soggettivamente uguali*
- ▶ Likert (1932): *scala a punteggi sommati*
- ▶ Osgood, Suci e Tannenbaum (1957): *differenziale semantico*



«Misurazioni» implicite degli atteggiamenti

- ▶ Fazio (1986; 1995): atteggiamento interviene maggiormente su processi di percezione e giudizio quando è più *accessibile* cognitivamente.
- ▶ Quindi metodi classici di rilevazione degli atteggiamenti richiedono elaborazioni intenzionali e controllate.
- ▶ Metodi per accedere alle valutazioni *immediate* riguardo un oggetto:
 - ▶ *Priming affettivo*

