

Michael A. Hogg  
Graham M. Vaughan

# PSICOLOGIA SOCIALE

Teorie e applicazioni

Edizione italiana a cura di Luciano Arcuri

© 2012 Pearson Italia, Milano-Torino

©Pearson Education Limited 2010.

*This translation of **ESSENTIALS OF SOCIAL PSYCHOLOGY 01 Edition** is published by arrangement with Pearson Education Limited, United Kingdom.*

*All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education Limited.*

*Italian language edition published by Pearson Italia S.p.A., Copyright © 2012.*

Le informazioni contenute in questo libro sono state verificate e documentate con la massima cura possibile. Nessuna responsabilità derivante dal loro utilizzo potrà venire imputata agli Autori, a Pearson Italia S.p.A. o a ogni persona e società coinvolta nella creazione, produzione e distribuzione di questo libro.

Per i passi antologici, per le citazioni, per le riproduzioni grafiche, cartografiche e fotografiche appartenenti alla proprietà di terzi, inseriti in quest'opera, l'editore è a disposizione degli aventi diritto non potuti reperire nonché per eventuali non volute omissioni e/o errori di attribuzione nei riferimenti.

I diritti di riproduzione e di memorizzazione elettronica totale e parziale con qualsiasi mezzo, compresi i microfilm e le copie fotostatiche, sono riservati per tutti i paesi.

LA FOTOCOPIATURA DEI LIBRI È UN REATO Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.

Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da AIDRO, corso di Porta Romana n. 108, 20122 Milano, e-mail [segreteria@aidro.org](mailto:segreteria@aidro.org) e sito web [www.aidro.org](http://www.aidro.org).

Curatore per l'edizione italiana: Luciano Arcuri

Traduzione: Andrea Vincre

Redazione: Donatella Pepe

Impaginazione: Andrea Astolfi

Progetto grafico di copertina: Achilli Ghizzardi Associati - Milano

Stampa: EcoBook – Rho (MI)

Tutti i marchi citati nel testo sono di proprietà dei loro detentori.

978-88-7192-773-2

Printed in Italy

1ª edizione: settembre 2012

Ristampa  
00 01 02 03 04

Anno  
12 13 14 15 16

# Sommario

Prefazione all'Edizione Italiana	XIII
Prefazione	XV

## Capitolo 1 Che cos'è la psicologia sociale? 2

<b>1.1 Che cos'è la psicologia sociale?</b>	<b>2</b>
1.1.1 Livelli di spiegazione	3
<b>1.2 Fare psicologia sociale</b>	<b>6</b>
1.2.1 Scienza	7
1.2.2 Verifica delle ipotesi	7
1.2.3 Esperimenti	9
1.2.4 Altri metodi di ricerca	11
<b>1.3 Fare ricerca in modo etico</b>	<b>13</b>
<b>1.4 Breve storia della psicologia sociale</b>	<b>15</b>
1.4.1 Gli esordi	15
1.4.2 Psicologia sociale come scienza	16
1.4.3 Europa	19
1.4.4 Ritorno al futuro	20
Sommario • Libri, film e TV • Domande guida • Per saperne di più	21

## Capitolo 2 Pensiero sociale 24

<b>2.1 Come si formano le nostre impressioni sugli altri</b>	<b>25</b>
2.1.1 Quali impressioni sono importanti?	27
<b>2.2 Schemi e categorie</b>	<b>30</b>
2.2.1 Categorie e prototipi	31
2.2.2 Categorie e stereotipi	32
2.2.3 Come usiamo e acquisiamo gli schemi	33
<b>2.3 Come percepiamo e ricordiamo gli altri</b>	<b>36</b>
2.3.1 Codifica sociale	36
2.3.2 Capacità di ricordare le persone	37

<b>2.4</b>	<b>Inferenza sociale</b>	<b>39</b>
2.4.1	Correlazione illusoria	40
2.4.2	Scorciatoie inferenziali	42
<b>2.5</b>	<b>Alla ricerca delle cause del comportamento</b>	<b>43</b>
2.5.1	Come attribuiamo la causalità e perché è importante?	44
2.5.2	Attribuzione causale in azione	46
<b>2.6</b>	<b>Tendenze sistematiche nell'attribuzione delle motivazioni</b>	<b>48</b>
2.6.1	Dagli atti alle disposizioni: l'errore fondamentale di attribuzione	48
2.6.2	Effetto attore-osservatore	50
2.6.3	Falso consenso	50
2.6.4	Tendenze sistematiche a vantaggio del sé	51
<b>2.7</b>	<b>Come spieghiamo il nostro mondo sociale</b>	<b>53</b>
2.7.1	Attribuzione intergruppo	53
2.7.2	Rappresentazioni sociali	55
2.7.3	Voci	55
2.7.4	Teorie della cospirazione	56
	<b>Sommario • Libri, film e TV • Domande guida • Per saperne di più</b>	<b>57</b>

## **Capitolo 3 Sé, identità e società** **60**

<b>3.1</b>	<b>Il sé nella storia</b>	<b>61</b>
3.1.1	Il sé psicodinamico	62
3.1.2	Il sé: "Io" o "Noi"?	62
3.1.3	Sé e interazione sociale	64
<b>3.2</b>	<b>Autoconsapevolezza</b>	<b>67</b>
<b>3.3</b>	<b>Conoscenza di sé</b>	<b>68</b>
3.3.1	Schemi di sé	68
3.3.2	Come conoscere il proprio sé	68
3.3.3	Confronto sociale e conoscenza di sé	70
3.3.4	Regolazione del sé	71
<b>3.4</b>	<b>Molti sé, molteplici identità</b>	<b>73</b>
3.4.1	Come distinguere sé e identità	74
3.4.2	La ricerca della coerenza di sé	75
<b>3.5</b>	<b>Motivazioni del sé</b>	<b>75</b>
3.5.1	Autovalutazione e autoverifica	76
3.5.2	Autoaccrescimento	76
<b>3.6</b>	<b>Autostima</b>	<b>78</b>
3.6.1	Differenze individuali	80
3.6.2	Alla ricerca dell'autostima	82
<b>3.7</b>	<b>Autopresentazione</b>	<b>83</b>
3.7.1	Autopresentazione strategica	84
3.7.2	Autopresentazione espressiva	84
	<b>Sommario • Libri, film e TV • Domande guida • Per saperne di più</b>	<b>85</b>

## Capitolo 4 Atteggiamenti e persuasione 88

<b>4.1</b>	<b>Che cosa sono gli atteggiamenti?</b>	<b>89</b>
4.1.1	Gli atteggiamenti hanno una struttura	89
4.1.2	Gli atteggiamenti hanno uno scopo	90
<b>4.2</b>	<b>Da dove derivano gli atteggiamenti?</b>	<b>90</b>
4.2.1	Esperienza	91
4.2.2	Fonti di apprendimento	92
4.2.3	Teoria dell'autopercezione	92
<b>4.3</b>	<b>Come si rivelano gli atteggiamenti</b>	<b>93</b>
4.3.1	Indizi corporei	93
4.3.2	Indizi derivati dalle azioni	93
4.3.3	Atteggiamenti impliciti	94
<b>4.4</b>	<b>Gli atteggiamenti preannunciano le azioni?</b>	<b>95</b>
4.4.1	Atteggiamenti accessibili	96
4.4.2	Atteggiamenti forti	99
4.4.3	Atteggiamenti e razionalità	100
<b>4.5</b>	<b>Gli atteggiamenti possono cambiare: la dissonanza</b>	<b>102</b>
4.5.1	Giustificazione dello sforzo	103
4.5.2	Obbedienza indotta	104
4.5.3	Libera scelta	106
<b>4.6</b>	<b>La scienza della persuasione</b>	<b>107</b>
4.6.1	Comunicare in maniera persuasiva	108
<b>4.7</b>	<b>Percorsi a due processi verso la persuasione</b>	<b>111</b>
4.7.1	Modello della probabilità dell'elaborazione	112
4.7.2	Modello euristico-sistematico	113
<b>4.8</b>	<b>Resistere alla persuasione</b>	<b>114</b>
4.8.1	Reattività	114
4.8.2	Preavvertimento	114
4.8.3	Effetto di immunizzazione	114
	Sommario • Libri, film e TV • Domande guida • Per saperne di più	117

## Capitolo 5 Conformismo e cambiamento sociale 120

<b>5.1</b>	<b>Norme</b>	<b>121</b>
5.1.1	Come nascono le norme	122
<b>5.2</b>	<b>Conformismo</b>	<b>124</b>
5.2.1	Arrendersi alla maggioranza	124
5.2.2	Chi si conforma?	126
5.2.3	Cultura e conformismo	126
5.2.4	Contesto e conformismo	127
5.2.5	Processi di influenza	128
<b>5.3</b>	<b>Acquiescenza</b>	<b>130</b>
5.3.1	Tecniche per accrescere l'acquiescenza	130

<b>5.4</b>	<b>Obbedienza all'autorità</b>	<b>134</b>
5.4.1	Gli studi di Milgram sull'obbedienza	135
5.4.2	Fattori che influenzano l'obbedienza	135
5.4.3	Alcune considerazioni etiche	139
<b>5.5</b>	<b>Influenza della minoranza e cambiamento sociale</b>	<b>140</b>
5.5.1	Oltre il conformismo	141
5.5.2	Coerenza	141
5.5.3	Inclusione	143
5.5.4	L'influenza della minoranza è davvero diversa?	143
	Sommario • Libri, film e TV • Domande guida • Per saperne di più	147

## Capitolo 6 Persone nei gruppi **150**

<b>6.1</b>	<b>Che cosa sono i gruppi?</b>	<b>151</b>
<b>6.2</b>	<b>La presenza degli altri</b>	<b>153</b>
6.2.1	Prestazioni in pubblico	153
6.2.2	Inerzia nei gruppi	156
<b>6.3</b>	<b>Come funzionano i gruppi</b>	<b>160</b>
6.3.1	Coesione di gruppo	160
6.3.2	Socializzazione di gruppo	161
6.3.3	Struttura del gruppo	164
6.3.4	Perché le persone entrano nei gruppi?	167
<b>6.4</b>	<b>Leadership</b>	<b>170</b>
6.4.1	Grandi leader	171
6.4.2	Teorie sui tipi di leader	172
6.4.3	I leader guidano i gruppi	175
6.4.4	Fiducia, giustizia e leadership	177
6.4.5	Uomini, donne e leadership	178
<b>6.5</b>	<b>Processi decisionali nei gruppi</b>	<b>179</b>
6.5.1	Regole per prendere decisioni	179
6.5.2	Memoria di gruppo	180
6.5.3	Brainstorming	181
6.5.4	Pensiero di gruppo	183
6.5.5	Polarizzazione di gruppo	184
6.5.6	Anche le giurie sono gruppi	185
	Sommario • Libri, film e TV • Domande guida • Per saperne di più	187

## Capitolo 7 Pregiudizio e relazioni intergruppo **190**

<b>7.1</b>	<b>La natura del pregiudizio e la discriminazione</b>	<b>191</b>
7.1.1	Che cos'è il pregiudizio?	191
7.1.2	Che cos'è la discriminazione?	192
<b>7.2</b>	<b>Due "ismi": razza e genere</b>	<b>194</b>
7.2.1	Razzismo	195
7.2.2	Sessismo	197

7.2.3	Profezia che si autoavvera e minaccia dello stereotipo	200
7.2.4	Discriminazione estrema: violenza e genocidio	202
<b>7.3</b>	<b>Pregiudizio e differenze individuali</b>	<b>203</b>
7.3.1	La personalità autoritaria	203
7.3.2	Teorie basate sulla politica	204
<b>7.4</b>	<b>Relazioni intergruppo e malcontento sociale</b>	<b>205</b>
7.4.1	Deprivazione relativa	206
7.4.2	Protesta collettiva e cambiamento sociale	207
<b>7.5</b>	<b>Teoria del conflitto realistico</b>	<b>208</b>
<b>7.6</b>	<b>Teoria dell'identità sociale</b>	<b>210</b>
7.6.1	Gruppi minimali	211
7.6.2	Identità sociale e relazioni intergruppo	213
<b>7.7</b>	<b>Come migliorare le relazioni intergruppo</b>	<b>215</b>
7.7.1	Educare alla tolleranza	215
7.7.2	Contatto tra i gruppi	216
7.7.3	Obiettivi sovraordinati	220
7.7.4	Gruppi che negoziano	220
	Sommario • Libri, film e TV • Domande guida • Per saperne di più	221

## **Capitolo 8 Danneggiare gli altri** **224**

<b>8.1</b>	<b>Che cos'è l'aggressività?</b>	<b>225</b>
8.1.1	Definizione di aggressività	225
8.1.2	Come misurare l'aggressività	225
8.1.3	Che cosa affermano le principali teorie?	226
<b>8.2</b>	<b>Teorie biologiche dell'aggressività</b>	<b>227</b>
8.2.1	Teoria psicomotivazionale	227
8.2.2	Etologia	228
8.2.3	Teoria dell'evoluzione	228
8.2.4	Limiti delle argomentazioni biologiche	229
<b>8.3</b>	<b>Teorie sociali dell'aggressività</b>	<b>229</b>
8.3.1	Frustrazione e aggressività	229
8.3.2	Attivazione e aggressività	231
8.3.3	Come si impara a essere aggressivi	232
<b>8.4</b>	<b>Ruolo dei mass media</b>	<b>234</b>
8.4.1	Mass media	234
8.4.2	La memoria si mette all'opera	236
8.4.3	Reazioni a immagini erotiche	238
<b>8.5</b>	<b>Variazioni che dipendono dalla persona e dalla situazione</b>	<b>241</b>
8.5.1	Personalità ed effetti dell'attività ormonale	241
8.5.2	Alcolici e contesto sociale	242
8.5.3	Disinibizione, deindividuatione e disumanizzazione	243
8.5.4	Situazioni che innescano l'aggressività	245

<b>8.6</b>	<b>Influenze sociali</b>	<b>246</b>
8.6.1	Variazione di genere	246
8.6.2	Variazione culturale	248
<b>8.7</b>	<b>Guerra: aggressività su larga scala</b>	<b>249</b>
<b>8.8</b>	<b>Riduzione dell'aggressività</b>	<b>251</b>
8.8.1	Scaricare la tensione	251
8.8.2	Soluzioni di comunità	251
	Sommario • Libri, film e TV • Domande guida • Per saperne di più	253

## **Capitolo 9 Aiutare gli altri** **256**

<b>9.1</b>	<b>Che cos'è il comportamento prosociale?</b>	<b>257</b>
9.1.1	Il comportamento prosociale può variare	257
<b>9.2</b>	<b>Approcci biologici</b>	<b>258</b>
9.2.1	Un fenomeno naturale?	258
9.2.2	Chi aiuta prova empatia?	259
<b>9.3</b>	<b>Approcci sociali</b>	<b>262</b>
9.3.1	Imparare a prestare aiuto	262
9.3.2	Impatto dell'attribuzione	263
9.3.3	Norme di aiuto	265
<b>9.4</b>	<b>Apatia dello spettatore</b>	<b>267</b>
9.4.1	Aiuto in un'emergenza	268
<b>9.5</b>	<b>Quali sono le persone che aiutano?</b>	<b>270</b>
9.5.1	Differenze di genere sessuale	271
9.5.2	Competenza: "saper fare aiuta"	271
9.5.3	Vita nelle grandi città	273
<b>9.6</b>	<b>Che cosa motiva le persone a essere prosociali?</b>	<b>274</b>
9.6.1	Le chiavi per essere utili	274
9.6.2	Promozione del comportamento prosociale	275
9.6.3	Volontari: i più solidali	278
	Sommario • Libri, film e TV • Domande guida • Per saperne di più	279

## **Capitolo 10 Attrazione e relazioni intime** **282**

<b>10.1</b>	<b>Persone attraenti</b>	<b>283</b>
<b>10.2</b>	<b>Evoluzione e attrazione</b>	<b>284</b>
10.2.1	Il ruolo dei geni	284
<b>10.3</b>	<b>Che cosa incrementa l'apprezzamento?</b>	<b>285</b>
10.3.1	Prossimità	285
10.3.2	Familiarità	287
10.3.3	Somiglianza	287
10.3.4	Compatibilità sociale	288



<b>10.4</b>	<b>Attrazione e benefici</b>	<b>290</b>
10.4.1	Un approccio basato sul rinforzo	290
10.4.2	Relazioni come scambio sociale	291
10.4.3	Scambio sociale, equità e giustizia	293
<b>10.5</b>	<b>Attaccamento</b>	<b>296</b>
10.5.1	Affiliazione	296
10.5.2	Stili di attaccamento	299
<b>10.6</b>	<b>Relazioni intime</b>	<b>300</b>
10.6.1	Che cos'è l'amore?	300
10.6.2	Amore e romanticismo	301
10.6.3	Amore e matrimonio	304
10.6.4	Relazioni omosessuali	306
<b>10.7</b>	<b>Relazioni che funzionano (e che non funzionano)</b>	<b>306</b>
10.7.1	Mantenere le relazioni	306
10.7.2	Il partner soddisfa i vostri ideali?	307
10.7.3	Fallimento di una relazione	308
	Sommario • Libri, film e TV • Domande guida • Per saperne di più	312

## **Capitolo 11** **Cultura e comunicazione** **314**

<b>11.1</b>	<b>Cultura</b>	<b>315</b>
11.1.1	Definizione e studio della cultura	315
11.1.2	Impatto della cultura sul pensiero e sull'azione	316
<b>11.2</b>	<b>Individualismo, collettivismo e sé</b>	<b>319</b>
11.2.1	Due psiche, due sé	321
11.2.2	Acculturazione	322
11.2.3	Società multiculturali	323
<b>11.3</b>	<b>Comunicazione</b>	<b>325</b>
11.3.1	Origini del linguaggio	325
11.3.2	Linguaggio, pensiero e società	325
11.3.3	Linguaggio e cultura	327
11.3.4	Comunicare senza parole	331
11.3.5	Esprimere le proprie emozioni	332
11.3.6	Contatto visivo	334
11.3.7	Posture e gestualità	336
11.3.8	Vicino e personale	336
11.3.9	Riflessioni conclusive	339
	Sommario • Libri, film e TV • Domande guida • Per saperne di più	339

	Bibliografia	343
	Indice analitico	391

# Prefazione all'edizione italiana

Forse mai come oggi il nostro Paese ha bisogno della psicologia sociale. Fenomeni importanti e inquietanti come l'immigrazione, la crisi di credibilità delle istituzioni rappresentative come i partiti politici, l'insicurezza delle giovani generazioni a proposito del proprio futuro di lavoro e di autorealizzazione, i nuovi scenari della comunicazione, soprattutto quella mediata dal computer, sono tutte occasioni per mettere alla prova gli strumenti concettuali e le strategie di analisi che la psicologia sociale offre a coloro che si occupano di stereotipi, di pregiudizio, di identità sociale, di aggressività, di intercultura, di dinamiche di gruppo. Per questi motivi ho ritenuto qualificante, sia dal punto di vista concettuale, sia da quello del possibile intervento sociale, proporre al lettore italiano un testo particolare come quello che vi accingete a leggere.

A mio giudizio, tre sono le caratteristiche che rendono questo volume particolarmente adatto agli studenti che affrontano per la prima volta lo studio della psicologia sociale. Innanzitutto gli autori, Michael Hogg, attualmente professore alla Claremont Graduate University, in California, e Graham Vaughan, della Auckland University, in Nuova Zelanda, sono riusciti a combinare con successo una trattazione rigorosa e concettualmente precisa della disciplina con uno stile espositivo che risulta amichevolmente accessibile.

In secondo luogo gli autori hanno adottato un modello didattico estremamente coinvolgente, rivolgendosi al giovane lettore in modo da sollecitarlo, all'inizio di ogni capitolo, a riflettere a proposito degli scenari problematici riguardanti la vita di ogni giorno e a proporre possibili soluzioni. Nello svolgimento dei contenuti del capitolo, il lettore viene via via ricondotto ai problemi iniziali, suggerendogli gli strumenti concettuali e le strategie di interpretazione in grado di aprirlo a documentate analisi degli scenari da cui erano partite le sue curiosità.

Insomma, con questo approccio didattico la psicologia sociale non corre il pericolo di rappresentare un cumulo di nozioni e di dati di ricerca, ma diventa una chiave interpretativa qualche volta sorprendente e contro-intuitiva di tanti fenomeni affascinanti della vita di relazione.

In terzo luogo il testo rappresenta un'aggiornatissima articolazione di due filoni di ricerca e di due tradizioni teoriche che non sempre, almeno nel contesto italiano, hanno convissuto con serenità. Mi riferisco, da un lato, ai contributi di prevalente matrice nord-americana che vanno sotto il nome di cognizione sociale, per larga parte realizzati facendo ricorso ai paradigmi sperimentali adatti alle situazioni di laboratorio. Mi riferisco, dall'altro, alla matrice teorica di provenienza europea, in parti-

colare alle ricerche sull'identità sociale, quale tradizione prestigiosa che fa capo al contributo di Tajfel e alle ricerche sull'influenza minoritaria e alle suggestive intuizioni di Moscovici.

Il testo che state per affrontare contiene nella versione italiana, per dieci degli undici capitoli che lo compongono, specifici rimandi a contributi di ricerca realizzati da autori italiani, che hanno fatto ricorso a partecipanti italiani e a situazioni di rilevazione dei dati incardinate nella cultura nazionale. Si tratta, a mio avviso, di un doveroso riconoscimento di una serie di indagini psicosociali che hanno preso corpo nei tanti centri di ricerca universitaria che ormai popolano i nostri dipartimenti psicologici. È opportuno ricordare che il materiale riportato nei box dedicati alla ricerca nazionale proviene da articoli scientifici pubblicati su riviste internazionali, a testimonianza della ormai acquisita visibilità degli psicologi sociali italiani che si dedicano alle indagini empiriche.

Gli studenti impegnati nella lettura di questo volume avranno a disposizione anche una serie di rimandi al mondo di Internet, grazie ai quali potranno esplorare il sito espressamente dedicato a proporre approfondimenti, testimonianze filmate, documentazione di paradigmi di ricerca, materiale per effettuare prove di autovalutazione.

In maniera complementare, il docente che ha adottato il volume per il corso di psicologia sociale può ricorrere a un sito destinato alla presentazione del materiale didattico, ai suggerimenti di discussione, alle proposte di strumenti multimediali, all'organizzazione delle prove di valutazione.

Concludo questa presentazione con due ringraziamenti. Uno ai colleghi sparsi per l'Italia che hanno consentito la pubblicazione di alcuni dati di ricerca da loro raccolti e analizzati. L'altro al personale editoriale della sede italiana della Pearson che con forte motivazione e competente professionalità ha seguito le fasi di preparazione del volume che state per iniziare a leggere.

*Luciano Arcuri*  
*Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione*  
*Università degli Studi di Padova*

## **Contenuti on-line**

Questo libro è corredato da una cartolina con un codice di registrazione che consente l'accesso a ulteriori contenuti on-line di integrazione didattica e autoverifica dell'apprendimento. In particolare, gli studenti troveranno:

- Argomenti chiave e sommario di ciascun capitolo
- Video relativi alla Domanda chiave e alla Domanda guida di ciascun capitolo
- Quiz interattivi di verifica dell'apprendimento
- Flashcard

Seguendo le istruzioni contenute nella cartolina, potrete accedere a un'area di studio personale per organizzare al meglio il vostro percorso didattico.

I docenti che adottano il testo potranno richiedere le slide di presentazione dei contenuti e un set di domande a risposta multipla per organizzare le prove d'esame e le verifiche in itinere. Chi lo desidera potrà inoltre ricevere l'*Instructor's Manual* (in inglese).

# Prefazione

Tutti noi siamo psicologi sociali: cerchiamo di capire che cosa fanno, dicono e pensano le persone e perché le nostre interazioni sociali si esprimono in un modo invece che in un altro. Esaminiamo fino al più minuscolo dettaglio le nostre relazioni, le personalità degli altri, il senso del nostro essere e ci stupiamo di come, talvolta, le persone sappiano essere egoiste e crudeli. Tutti noi raggiungiamo una comprensione attiva della psicologia sociale attraverso la vita di tutti i giorni: tale comprensione ci è necessaria per funzionare come esseri umani. Tuttavia il profondo interesse che nutriamo nei riguardi di noi stessi e delle nostre interazioni con gli altri è raramente soddisfatto.

Non sorprende che la psicologia sociale sia una disciplina di studio formale e informale di estrema popolarità e un grande catalizzatore di interesse scientifico. Come le altre scienze, essa possiede un proprio linguaggio specialistico, termini tecnici arcani, distinzioni sottili, metodi di ricerca sofisticati e aride analisi statistiche. Talvolta può sembrare noiosa. I manuali introduttivi in questo campo sono spesso ponderosi tomi progettati per addestrare gli studenti a diventare psicologi sociali scientifici. Questi testi sono di solito destinati a chi si specializza in psicologia sociale. Ma che cosa si trova in circolazione per chi ha necessità o vorrebbe apprendere solo i principi più importanti e l'approccio generale della psicologia sociale, magari come elemento di un più ampio interesse di studi, oppure avere tra le mani un'autentica prima introduzione all'argomento?

Questa è la ragione per cui abbiamo scritto il libro che state per leggere: fornire un'introduzione sintetica e accessibile, ma scientificamente rigorosa, ai fondamenti della psicologia sociale. Ci auguriamo di essere abbastanza qualificati per farlo: complessivamente, abbiamo insegnato psicologia a tutti i livelli in Europa, Nord America, Sudest asiatico e Australasia, per uno spaventoso totale di circa settant'anni. Abbiamo scritto anche uno di quei ponderosi tomi sopraccitati: *Social Psychology*, pubblicato per la prima volta nel 1995 e ora rivisto per la sesta edizione. Un libro progettato e scritto per studenti universitari britannici ed europei per i quali la psicologia sociale è la disciplina principale, e molto probabilmente fa parte di un corso di laurea in psicologia. *Social Psychology* ha quasi il doppio delle pagine di *Essentials of Social Psychology* dal quale è tratto questo libro, dispone di un numero maggiore di capitoli e molti più dettagli, fornisce una messa a punto più ampia e presuppone una maggiore familiarità con altri campi della psicologia. Al contrario, il volume che avete tra le mani ha meno capitoli: si focalizza sui principali fenomeni, teorie e applicazioni della psicologia sociale e, all'occorrenza, di altre scienze sociali.

Nel corso degli anni abbiamo discusso numerose volte sull'opportunità di scrivere un testo più breve e più semplice. Prendemmo in considerazione l'idea di scriverlo in occasione della riunione dell'area marketing di Pearson del settembre 2005: vi furono alcune discussioni tra Mike e Morten Fuglevand di Pearson, da cui scaturì una proposta. Nel 2006 noi autori trascorremmo alcuni giorni molto piacevoli rintanati a Noosa (una piccola cittadina di mare a nord di Brisbane in Australia) per definire con maggior precisione i dettagli del progetto. Graham ebbe un ulteriore colloquio con Janey Webb e Stephanie Poulter nell'inusuale contesto di una cena presso l'albergo dell'aeroporto di Heathrow e in seguito pranzò con Morten a Oslo. Quindi, nel maggio 2007, Janie e Stephanie si avventurarono coraggiosamente a nord in direzione di Birmingham per incontrarsi con Mike e definire i dettagli: un incontro memorabile alla Aston University, in una giornata tempestosa. Graham fu ospite nella casa di Mike sulle montagne di Santa Monica, fuori Los Angeles, verso la fine di ottobre 2007. Qui trascorsero una settimana attiva e indaffarata, pianificando e configurando i capitoli e interrompendo il lavoro solo per visite occasionali alle cantine dei dintorni, dove ricevettero giudizi diletteschi ma entusiastici. Prima dell'incontro tra Mike, Janey e Stephanie a Londra nel giugno 2008 si erano quindi svolti diversi viaggi e discussioni intercontinentali. Il libro fu scritto tra l'autunno/inverno e la tarda primavera del 2009.

Nello scrivere questo testo siamo stati guidati dai criteri della Società britannica di psicologia. Sebbene i capitoli possano essere letti separatamente, il libro ha una struttura sistematica. Il Capitolo 1 descrive che cos'è la psicologia sociale e il modo in cui gli scienziati "fanno" psicologia sociale. È un capitolo breve, che funge da punto di partenza per i dieci capitoli che seguono. Il Capitolo 2 descrive come pensiamo e "conosciamo" le altre persone e quali sono le cause e le conseguenze del pensiero sulle persone in determinati modi. Il Capitolo 3 si focalizza su come pensiamo e conosciamo noi stessi: le cause, le conseguenze e la natura del nostro senso del sé e della nostra identità sociale. Le persone possiedono atteggiamenti che possono influenzare ciò che fanno e dicono; nel Capitolo 4 è indagata la natura degli atteggiamenti: che cosa sono, come cambiano, che legami hanno con le azioni effettive delle persone e come potrebbero modificarsi. Il tema del cambiamento prosegue nel Capitolo 5, dove osserviamo come le persone possano essere indotte a obbedire agli ordini, come si conformino alle regole e come una minoranza possa condizionare gli atteggiamenti di una maggioranza. La discussione sull'influenza sociale prosegue nel Capitolo 6, dove trattiamo la psicologia dei gruppi, analizzando le modalità in cui questi influenzano il comportamento, i motivi e le modalità per cui le persone entrano a far parte dei gruppi, come questi sono strutturati e prendono decisioni, e come i leader li guidano. La focalizzazione sui gruppi si estende al Capitolo 7, in cui osserviamo ciò che accade tra i gruppi, prendendo in considerazione la natura del pregiudizio, la discriminazione, il conflitto di gruppo, la protesta collettiva e chiedendoci come le relazioni intergruppo possano migliorare.

Studiando il conflitto intergruppo una domanda sorge spontanea: perché le persone possono rivelarsi malvagie e aggressive? Nel Capitolo 8 trattiamo direttamente il tema dell'aggressività umana, mentre nel Capitolo 9 esaminiamo il lato più positivo del comportamento umano: la psicologia dell'aiuto che le persone offrono agli altri anche a scapito di se stesse. Confortati da questo argomento edificante, nel Capitolo 10 analizziamo l'amicizia, l'amore, il romanticismo e le relazioni personali intime. Il capitolo finale, l'undicesimo, esamina il ruolo della cultura nella vita sociale, ponendo una particolare enfasi sul contesto culturale della società moderna e sul modo in cui la cultura è strettamente intrecciata al linguaggio e alla comunica-

zione. Che cos'è la cultura, quanto in profondità è radicata e come possono culture differenti convivere armoniosamente?

Scrivere un libro non è proprio una passeggiata. Richiede lunghe ore di concentrazione di fronte allo schermo del computer: tempo che potrebbe essere trascorso con la famiglia e gli amici. Siamo enormemente riconoscenti alle compagne di vita che ci hanno sostenuto: Alison Mudditt e Jan Vaughan. Graham ha goduto dell'incoraggiamento della sua grande famiglia, mentre i bambini di Mike – Jessica, Jamie, Sam e Joe – lo hanno tenuto allegro durante le fatiche; e, di certo, la madre è assolutamente da ringraziare per essere stata la prima ad averlo incoraggiato a leggere e a studiare. Vorremo anche ringraziare Stephanie Poulter e Claire Lipscomb, i nostri editor di Pearson, residenti nella bella Harlow. Hanno dimostrato un'incredibile pazienza, curando con estrema attenzione i dettagli e partecipando con entusiasmo a tutte le fasi dell'impresa. Con grande spirito di collaborazione ci hanno fornito un feedback di tutte le parti del libro. Claire ha coordinato le revisioni e i suggerimenti di un gruppo di colleghi europei e Joe Vella ha avviato la macchina della produzione.

Vorremmo anche ringraziare i revisori per il prezioso tempo concessoci, per la pazienza e i loro commenti:

Ute Gabriel, Norges Teknisk-Naturvitenskapelige Universitet, Norvegia

Nicolas Geeraert, University of Essex, Regno Unito

Steffen R. Giessener, Rotterdam School of Management, Erasmus University, Paesi Bassi

Dr Cathrine Jansson-Boyd, *Senior Lecturer*, Anglia Ruskin University, Regno Unito

Dr John Kramer, lettore di Psicologia, Queen's University, Belfast

Torun Lindholm, Dipartimento di Psicologia, Stockholms Universitet, Svezia

Paul Muff, University of Bradford, Inghilterra, Regno Unito

Dr Lovemore Nyatanga, *Principal Lecturer* di Psicologia, University of Derby, Regno Unito

Kerry John Rees, *Senior Lecturer* di Psicologia, University of Gloucestershire, Regno Unito

Rob Ruiters, Universiteit Maastricht, Paesi Bassi.

### **Come usare questo libro**

Il nostro libro è un'introduzione nuova e aggiornata alla psicologia sociale come progetto scientifico internazionale, scritto da una prospettiva europea sulla disciplina e in un contesto di persone che vivono in Gran Bretagna e in Europa.

Possiede una gamma di caratteristiche didattiche che agevolano lo studio autonomo. Ogni capitolo contiene i seguenti elementi.

*Argomenti*: una sintetica lista degli argomenti affrontati.

*Domande chiave*: interrogativi in grado di sfidare i preconcetti del lettore, spesso con un approccio pratico.

*Sommario*: una serie dettagliata dei punti principali trattati che è necessario conoscere.

*Libri, film e TV:* la psicologia sociale fa parte della vita di tutti i giorni: non sorprende, così, che temi sociopsicologici vengano spesso indagati in modo creativo e vivido dai mass media. Abbiamo scelto alcuni lavori classici e contemporanei che riteniamo avere una rilevanza specifica sull'argomento.

*Domande guida:* un elemento nuovo, costituito da argomenti analizzabili consultando il Companion Website. Vengono forniti materiali sufficienti – tra cui spunti di ricerca, bibliografie, link a siti Web – per poter scrivere un saggio.

*Per saperne di più:* una lista, con un accenno ai contenuti, di possibili ulteriori letture (perlopiù libri, talvolta articoli di riviste).

*Figure e tabelle:* abbiamo scelto sia studi di importanza storica sia studi moderni i cui dati o le cui teorie illustrano un argomento significativo del capitolo.

*Box di testo:* vengono identificati tre tipi di materiali. I “Classici della ricerca” sono studi molto citati, che hanno talvolta rappresentato punti di svolta della disciplina; i casi di “Ricerca e applicazioni” riassumono i risultati di uno studio contemporaneo o forniscono un esempio rilevante ad ambiti simili, tra cui quello dell'organizzazione, della sanità, della legge penale; “Mondo reale” illustra un principio sociopsicologico che aiuta a comprendere un tema d'attualità o un'esperienza comune.

Questo manuale ha una struttura sistematica: gli argomenti dei capitoli che precedono trovano uno sbocco naturale in quelli affrontati nelle parti seguenti. Tuttavia non è necessaria una lettura lineare del volume, dall'inizio alla fine. I capitoli sono autonomi e ricchi di rimandi interni, così che è sufficiente consultare i paragrafi interni, se necessario. Il Capitolo 1 ha, certamente, carattere introduttivo, ma definisce anche il significato della psicologia sociale, i suoi obiettivi, i suoi metodi, parte della sua storia e il suo posto nell'universo. Per tali ragioni può essere d'aiuto rileggerlo dopo aver studiato alcuni altri capitoli e aver acquisito familiarità con alcune teorie, argomenti e questioni della disciplina.

Il destinatario principale del libro è lo studente che si affaccia per la prima volta alla disciplina; tuttavia consideriamo il volume e i suoi supplementi utili anche agli insegnanti e agli studenti di psicologia sociale di livello più avanzato. Saremo grati a chiunque volesse dedicare parte del suo tempo a condividere le proprie opinioni con noi.

*Michael Hogg, Los Angeles  
Graham Vaughan, Auckland*

## Gli autori

**Michael Hogg** ha studiato alla Bristol Grammar School e alla Birmingham University e ha conseguito un PhD presso la Bristol University. Attualmente professore di Psicologia sociale alla Claremont Graduate University di Los Angeles e *Honorary Professor* di Psicologia sociale presso la University of Kent, ha insegnato alle università di Bristol, Princeton, Melbourne e Queensland. È membro della Society for Personality and Social Psychology, della Society for the Psychological Study of Social Issues, della Western Psychological Association e della Academy of the Social Sciences in Australia. I suoi interessi di ricerca vertono sul comportamento di gruppo, i rapporti intergruppo e i processi di identità sociale. Autore di circa 270 lavori tra libri, contributi raccolti in volumi e articoli, è *associate editor* del *Journal of Experimental Social Psychology*, fondatore, insieme a Dominic Abrams, del giornale *Group Processes and Intergroup Relations* e consulente editoriale della SAGE per la serie Social Psychology Program. Due suoi libri sono classici molto citati: *Rediscovering the Social Group* (1987), con John Turner e altri, e *Social Identifications* (1988) con Dominic Abrams.

**Graham Vaughan** è stato *Fullbright Fellow* e *Visiting Professor* presso la University of Illinois a Champaign-Urbana, *Visiting Lecturer* e *Ford Foundation Fellow* presso la University of Bristol, *Visiting Professor* a Princeton, *Visiting Directeur d'Études* presso la Maison de Science de l'Homme a Parigi, *Visiting Senior Fellow* presso la National University di Singapore e *Visiting Fellow* presso la University of Queensland e il Churchill College di Cambridge. È professore di Psicologia alla University of Auckland, dove è stato anche direttore di dipartimento per dodici anni. Membro onorario ed ex presidente della New Zealand Psychological Society, è inoltre ex presidente e membro perpetuo della Society of Australasian Social Psychologists. Le sue principali aree di interesse in psicologia sociale riguardano gli atteggiamenti e il loro sviluppo, i processi di gruppo e le relazioni intergruppo, le relazioni e le identità etniche, la cultura e la storia della psicologia sociale. È autore di numerose pubblicazioni su questi argomenti. Il suo libro *Racial Issues in New Zealand* (1972) è stato il primo a trattare il tema delle relazioni etniche in quel paese; le due introduzioni alla psicologia sociale scritte con Michael Hogg, ora giunte alla sesta edizione, sono best seller nel Regno Unito e in Australasia.