

PSICOLOGIA SOCIALE e ANALISI DEL CONTESTO

Psicologia sociale: cos'è?

Lo studio scientifico di come le persone e i gruppi percepiscono e pensano agli altri, li influenzano e si pongono in relazione con loro

Psicologia sociale: i capisaldi

Si possono identificare **5 capisaldi**:

- Noi costruiamo la nostra realtà
- Le nostre intuizioni sono importanti, ma a volte pericolose
- Le influenze sociali plasmano i nostri comportamenti
- I nostri atteggiamenti plasmano i nostri comportamenti
- I principi della psicologia sociale sono applicabili alla vita quotidiana

ANALISI DEL CONTESTO

Una ricerca storica

Ricerca sulle “abitudini alimentari” – Kurt Lewin e Margaret Mead – svolta negli anni ‘40

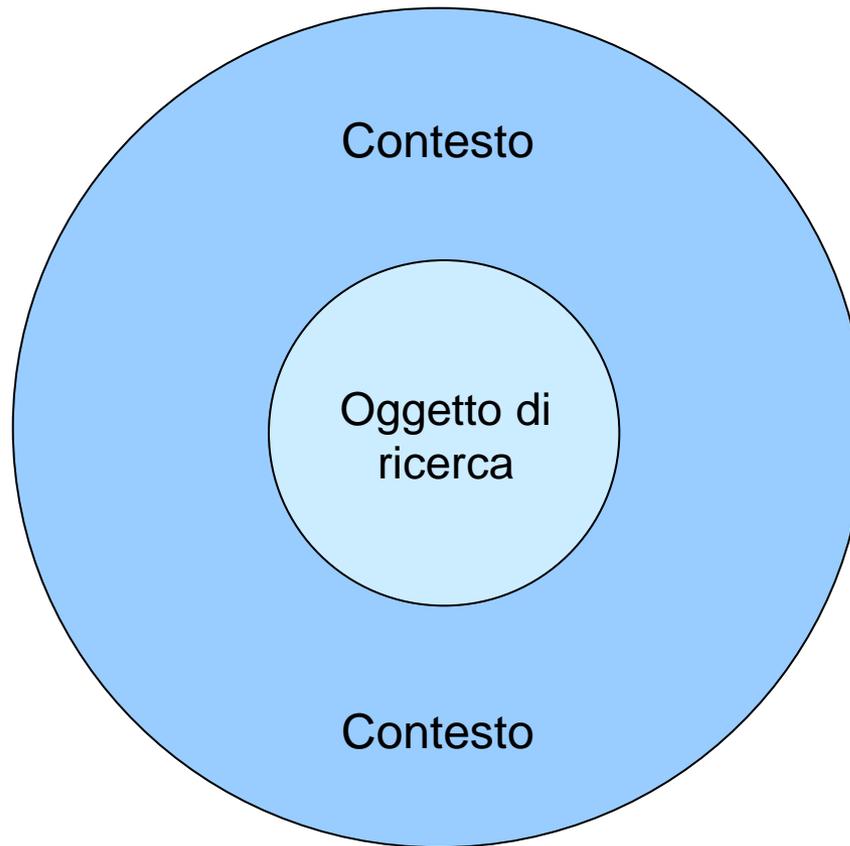
Lo stato Americano chiese ad un’equipe interdisciplinare di indagare il perché le persone avessero certe abitudini alimentari, allo scopo di introdurre un maggiore consumo di fragole

Kurt Lewin

Lewin nasce in Prussia nel 1890. Dopo essersi formato in Germania, con i principali esponenti della Gestalt, si trasferisce negli stati Uniti per sfuggire dalla guerra.

Lewin è considerato il considerato il “padre fondatore” della psicologia sociale

Oggetto di ricerca e contesto

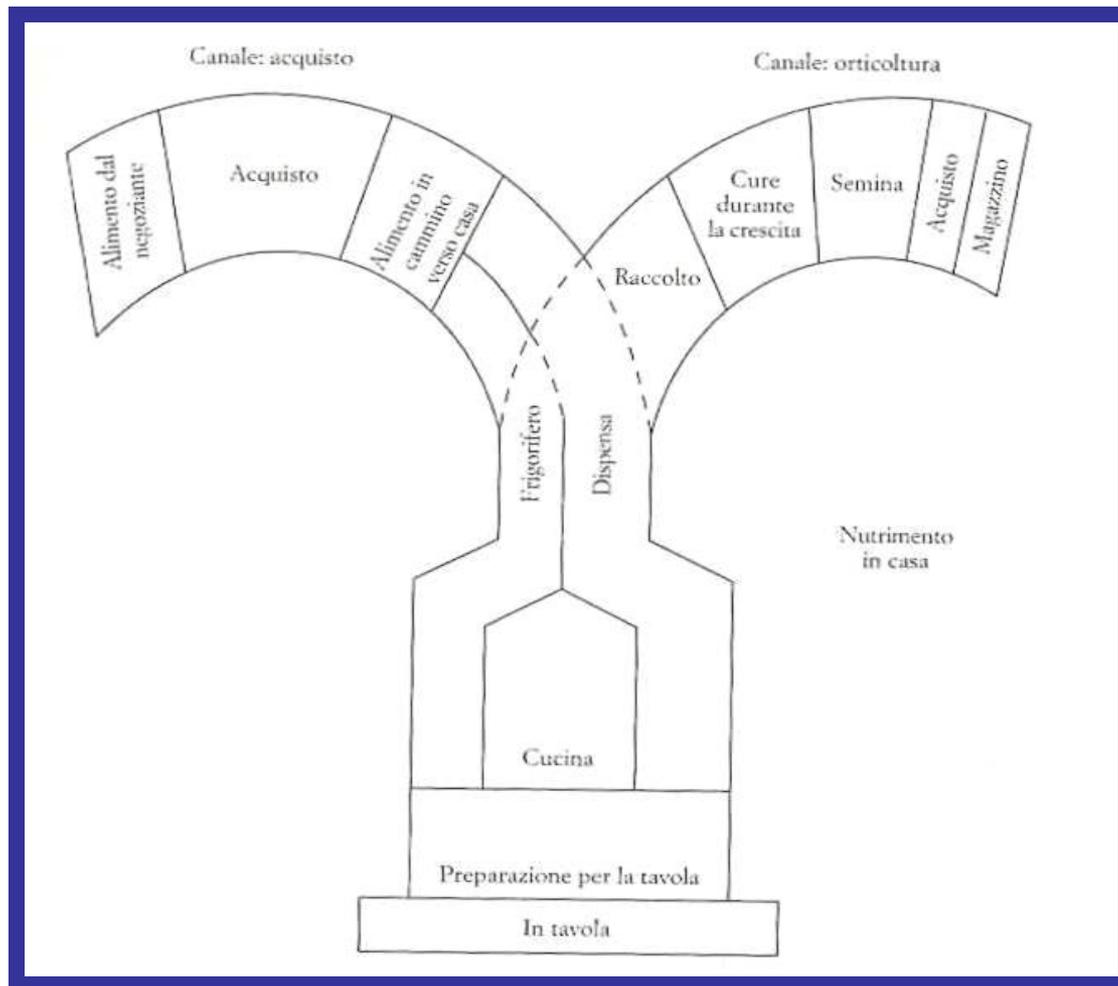


Problematiche connesse allo studio dell' "oggetto di ricerca"

La previsione circa il futuro è probabilistica, che presuppone che la situazione (oggetto e contesto) rimanga stazionaria, ma le condizioni spesso mutano radicalmente

Studiare un oggetto di ricerca per un tempo lungo e ricavare le tendenze di cambiamento non implica di saperle prevedere

La teoria dei canali



LE METODOLOGIE DI RICERCA DELLA PSICOLOGIA SOCIALE

Metodologie di ricerca

Esistono diverse metodologie utilizzate in psicologia sociale per studiare un oggetto di ricerca, le principali sono:

- Focus Group Discussion
- Questionari

I Focus Group

metodologia di ricerca **qualitativa** nata negli Stati Uniti ad opera di un sociologo, Merton, al fine di focalizzare un argomento e farne emergere gli **atteggiamenti** e la **rappresentazione sociale**

Il **numero dei partecipanti** può variare da un **minimo di 6 ad un massimo di 12**

La **durata** di un focus group dipende dal numero e dalle dinamiche del gruppo di partecipanti. Può andare **da 1 ora a 2 ore**

Il **compito del professionista** è **facilitare la discussione** e non guidare la discussione

Gli atteggiamenti: una definizione

Una valutazione favorevole o sfavorevole verso qualcosa o qualcuno, spesso radicata nelle proprie credenze ed esibita nei sentimenti e nel comportamento intenzionale (Eagly e Chaiken, 2005)

L'abc degli atteggiamenti

Ogni atteggiamento può essere **diviso** in **tre componenti** – modello tripartitico (Hovland, 1960)

- **Affetto/emozione:** le emozioni e le sensazioni che si provano (Giulia si sente bene a bere Coca Cola)
- **Cognizione:** le conoscenze che si possiedono (Giulia conosce i principi chimici contenuti nella Coca Cola)
- **Comportamento:** i comportamenti che si mettono in atto (Giulia beve Coca Cola solo al ristorante)