

The background of the slide is a deep blue with a bokeh effect, featuring numerous out-of-focus light circles and starburst flares. A semi-transparent dark blue horizontal band is positioned across the middle of the slide, serving as a backdrop for the text.

Orientamento di Identità e Rapporti Intergruppi nelle Organizzazioni

Capitolo 4



Identità multiple e pregiudizio

- Il pregiudizio e la discriminazione basati su categorie sociali extra-organizzative quali genere e etnia giocano un ruolo importante nelle organizzazioni.
- Le due maggiori tradizioni di ricerca sulla riduzione del pregiudizio in psicologia sociale sono:

(a) l'ipotesi del contatto

(b) la teoria dell'identità sociale (categorizzazione)

Questi due approcci sono stati ripetutamente adottati per interventi in ambito scolastico (per una rassegna, si veda Johnson, Johnson, & Maruyama, 1984; Miller & Davidson-Podgorny, 1987) e più in generale in ambito organizzativo (Ashforth & Mael, 1989; Chatman, Polzer, Barsade, & Neale, 1999; Kramer, 1991).

- Sebbene abbiano riscontrato un certo successo, entrambe le tipologie di intervento hanno alcuni punti deboli, che limitano la loro efficacia.

Il modello dell'orientamento di identità

- Brewer e Gardner (1996) hanno sfidato una delle assunzioni implicite sia nell'ipotesi del contatto che nella teoria della categorizzazione di sé, ovvero che esistano solo due "fonti" per la definizione di sé:

(a) il sé individuale (identità personale)

(b) il sé come membro di un gruppo (identità sociale)

- In aggiunta a queste due fonti, Brewer e Gardner ne propongono una terza: il sé come partner in una relazione interpersonale.
- Basandosi sul lavoro di Brewer e Gardner, Brickson (2000) ha presentato un quadro teorico in cui le tre fonti della definizione di sé rappresentano distinti orientamenti di identità:

(a) individuale

(b) relazionale

(c) collettivo

caratterizzati ciascuno da una propria motivazione e base di conoscenza per la definizione di sé; ciascun orientamento inoltre contribuisce alla valutazione di sé



Il modello dell'orientamento di identità

- Sebbene ci siano delle differenze individuali in termini di inclinazione verso uno dei tre tipi di orientamento di identità, tutti e tre possono diventare più o meno salienti in funzione del contesto.
- Quando l'orientamento relazionale è attivo,
 - (a) l'individuo sarà prevalentemente motivato a ricercare il benessere di un'altra persona.
 - (b) Gli elementi di conoscenza del sé consistono principalmente di ruoli agiti nell'interazione con gli altri (“Sono la/il collega di Caterina”).
 - (c) La valutazione del sé dipende dal grado in cui questi ruoli vengono interpretati con successo (“Sono una/un buon collega per Caterina”), il che implica un confronto con gli standard dell'altra persona.



Il modello dell'orientamento di identità

- Invece, quando è saliente l'orientamento collettivo,
 - (a) le persone sono motivate a perseguire il benessere del gruppo, generalmente in rapporto ad altri gruppi
 - (b) generalmente si definiscono nei termini del prototipo di gruppo
 - (c) e stabiliscono il valore del gruppo in rapporto ad altri gruppi

Il modello dell'orientamento di identità

Tabella 4.1 Orientamenti di identità

Orientamento	Fonte di definizione	Motivazione	Conoscenza di sé	Valutazione di sé
Personale	Individuale	Interesse personale	Tratti	Confronto interpersonale
Relazionale	Interpersonale	Benessere dell'altro	Ruoli	Confronto con standard partner
Collettivo	Gruppo	Benessere collettivo	Prototipo	Confronto intergruppi

A vertical decorative bar on the left side of the slide featuring a blue bokeh effect with out-of-focus light circles and starburst patterns.

Impatto dell'Identità sulla motivazione e sulla cognizione sociale

- La cognizione sociale è guidata sia da processi automatici che controllati (Brewer, 1988; Brewer & Feinstein, 1999; Fiske & Neuberg, 1990).
- L'elaborazione automatica non richiede sforzo, mentre l'elaborazione di tipo controllato richiede sforzo e si basa in misura diversa, su risorse cognitive.
- Le impressioni basate sulla categorizzazione sociale (stereotipi) non richiedono sforzo cognitivo e rappresentano una strategia che richiede poca attenzione all'elaborazione di nuova informazione che viene dalle persone con cui interagiamo.

Impatto dell'Identità sulla motivazione e sulla cognizione sociale

- Il modello dei processi duali di Brewer sulla formazione di impressioni (Brewer, 1988; Brewer & Feinstein, 1999) distingue tra due modalità di processi controllati:

(a) **individuazione**, processo top-down, in cui l'informazione relativa ad un target è elaborata in termini della sua appartenenza categoriale; l'individuazione implica la separazione del membro dell'outgroup individuale dalla sua categoria, ovvero la percezione di tutte quelle caratteristiche che distinguono l'individuo (che lo rendono diverso, eccezionale) dallo stereotipo del gruppo

(b) **personalizzazione**, processo bottom-up in cui le caratteristiche di un target sono integrate in un'impressione basata sulla persona piuttosto che sulla categoria.

Il grado in cui una persona elabora secondo il processo di individuazione piuttosto che di personalizzazione dipende dallo stato motivazionale.

L'interdipendenza con l'altro, che si verifica quando gli obiettivi sono congiunti o quando vi è un investimento affettivo aumentano la motivazione a percepire l'altro in termini più complessi.



Impatto dell'Identità sulla motivazione e sulla cognizione sociale

- Brickson e Brewer ipotizzano che l'orientamento di identità che è attivo fornisca la componente motivazionale che determina il tipo elaborazione dell'informazione che viene intrapreso.
- **Orientamento all'identità personale.** Quando è saliente l'identità personale, i membri della maggioranza saranno motivati ad andare oltre la semplice categorizzazione dei membri di minoranza e a considerare tutte quelle caratteristiche individuali che risultano rilevanti per l'interazione. Dal momento che l'identità personale è guidata dall'interesse individuale e che gli individui sono motivati a valutare il proprio valore attraverso il confronto interpersonale, i membri della minoranza saranno in qualche grado individuati, nel grado in cui l'interdipendenza del compito li rende una base rilevante per il confronto.
Tuttavia, la natura funzionale dell'interdipendenza e la salienza della competizione interpersonale rendono poco probabili la modalità di personalizzazione dell'altro.



Impatto dell'Identità sulla motivazione e sulla cognizione sociale

- **Orientamento all'identità collettiva.** Quando è saliente un'identità collettiva, la motivazione prevalente è quella di aumentare e/o proteggere il benessere del gruppo, rispetto ad uno o più outgroup. La semplice categorizzazione (individuazione) è il risultato più probabile.



Impatto dell'Identità sulla motivazione e sulla cognizione sociale

- **Orientamento all'identità relazionale.** La differenza centrale tra orientamento personale e relazionale è che quest'ultimo è focalizzato sull'altro piuttosto che sul sé. L'orientamento relazionale fa emergere una motivazione a favorire il benessere di un'altra persona, e ciò può assumere la forma di cura e preoccupazione (relazioni strette/intime) o di obbligo e responsabilità (relazioni formali). Dal momento che la valutazione di sé dipende dal grado in cui si riesce a promuovere il benessere dell'altro, si viene a creare un'interdipendenza positiva, in cui il benessere dell'altra persona aumenta il proprio.
- Quando l'orientamento relazionale è saliente, i membri della maggioranza tenderanno a personalizzare i membri delle minoranze.



Orientamento dell'identità e ipotesi del contatto

- Gli interventi basati sull'ipotesi del contatto e sul cambiamento della categorizzazione (si veda Capitolo 6, slide) presentano alcuni limiti, che, secondo Brickson e Brewer possono essere superati grazie all'attivazione di un orientamento relazionale.
- **Ipotesi del contatto.** Il limite principale degli interventi basati sull'ipotesi del contatto è che la generalizzazione è limitata. Le due autrici sostengono che l'orientamento relazionale può superare questo limite. Durante il corso dell'interazione, la categoria di appartenenza diventa uno degli elementi di conoscenza sull'altro e questa informazione viene incorporata nel sé relazionale.
Gli studi più recenti sull'ipotesi del contatto hanno in effetti dimostrato che le amicizie intergruppi sono particolarmente efficaci nella riduzione del pregiudizio sia manifesto che sottile, e risultano anche associate al sostegno per le politiche a favore dell'outgroup e ad atteggiamenti più positivi nei confronti di una varietà di gruppi (secondary transfer effect; Pettigrew, 1997).



Orientamento relazionale e categorizzazione

- **Categorizzazione.** L'orientamento relazionale può essere inoltre determinante per il successo degli interventi basati sulla categorizzazione.
Nel caso della *decategorizzazione*, diversi studi hanno trovato che la decategorizzazione è efficace quando è progettata per “personalizzare” le interazioni intergruppi (e.g., Bettencourt, Brewer, Croak, & Miller, 1992; N. Miller, Brewer, & Edwards, 1985), cioè quando prevede l'esecuzione di compiti in collaborazione e la condivisione di informazioni personali, condizioni che attivano un orientamento relazionale.

Interventi basati sulla categorizzazione sociale (SIT)

- **Categorizzazione.** In alcune circostanze, la ri-categorizzazione e la cross-categorizzazione possono attivare un'orientamento all'identità relazionale.

La ricategorizzazione induce un'interdipendenza positiva attraverso l'introduzione di obiettivi *sovraordinati*, obiettivi che possono essere raggiunti solo attraverso la cooperazione tra due gruppi. La riduzione del pregiudizio in seguito alla cooperazione viene attribuita ad un'identità comune (Gaertner et al., 1990), ma è probabile che ciò favorisca anche la formazione di legami interpersonali tra i membri dei gru gruppi.

Ciò è confermato, ad esempio, da uno studio di Dovidio e collaboratori (1997) in cui i membri di due gruppi venivano indotti a concepirsi come un gruppo unico o come due gruppi distinti e veniva poi data loro la possibilità di condividere informazioni personali e di aiutare un membro dell'outgroup. Entrambi i comportamenti erano più forti nella condizione di identità comune.



Interventi basati sulla categorizzazione sociale (SIT)

- **Categorizzazione.** Infine, l'orientamento relazionale può sottostare ad interventi efficaci di cross-categorizzazione. Un esempio spesso usato per dimostrare l'efficacia della cross-categorizzazione è che i gruppi sono restii ad intraprendere una guerra se nel gruppo rivale ci sono persone che hanno legami di parentela con l'ingroup (see R. A. LeVine & Campbell, 1972).

L'Esperimento

- L'esperimento consiste nella simulazione di un team organizzativo in condizioni di attivazione di un orientamento relazionale o collettivo.

Metodo

- **Partecipanti.** 82 studenti (bianchi) uomini. Due studenti e due studentesse hanno partecipato in qualità di collaboratori dello sperimentatori, nel ruolo di compagni di squadra. Venivano addestrati ad interagire secondo un orientamento relazionale o collettivo. Due ulteriori studenti sono stati reclutati come sperimentatori. Sia i collaboratori che gli sperimentatori non erano a conoscenza degli obiettivi e delle ipotesi.
- In una prima fase, i partecipanti compilavano un questionario volto a misurare il loro "senso degli affari". Gli item erano formulati in modo da evocare risposte coerenti o con l'orientamento relazionale o con quello collettivo.
Ogni squadra era formata da due partecipanti ingenui e due collaboratori (un uomo e una donna).

L'Esperimento

- La manipolazione veniva effettuata in due step. Innanzitutto, si diceva ai partecipanti che il questionario aveva indicato che possedevano un senso degli affari di tipo relazionale (che dà importanza alla soddisfazione dei bisogni dei membri di una squadra) o collettivo (che dà importanza alla solidarietà di gruppo) . Nel caso dell'orientamento collettivo si diceva inoltre che squadre con orientamento collettivo sarebbero state confrontate con squadre con orientamento di altro tipo.
- La seconda manipolazione consisteva in un tipo diverso di role playing. In tutto, 4 role playing venivano svolti, due con un collaboratore e due con l'altro partecipante ingenuo. I dati analizzati fanno riferimento ai role playing svolti con la collaboratrice donna. Le istruzioni venivano variate, in modo che nella condizione relazionale venivano istruiti a alternarsi nel dare e cercare consigli e a mettersi nei panni dell'altro, invece nella condizione collettiva venivano istruiti ad affrontare la risoluzione del compito collettivamente e ad effettuare una valutazione della minaccia all'integrità del gruppo.

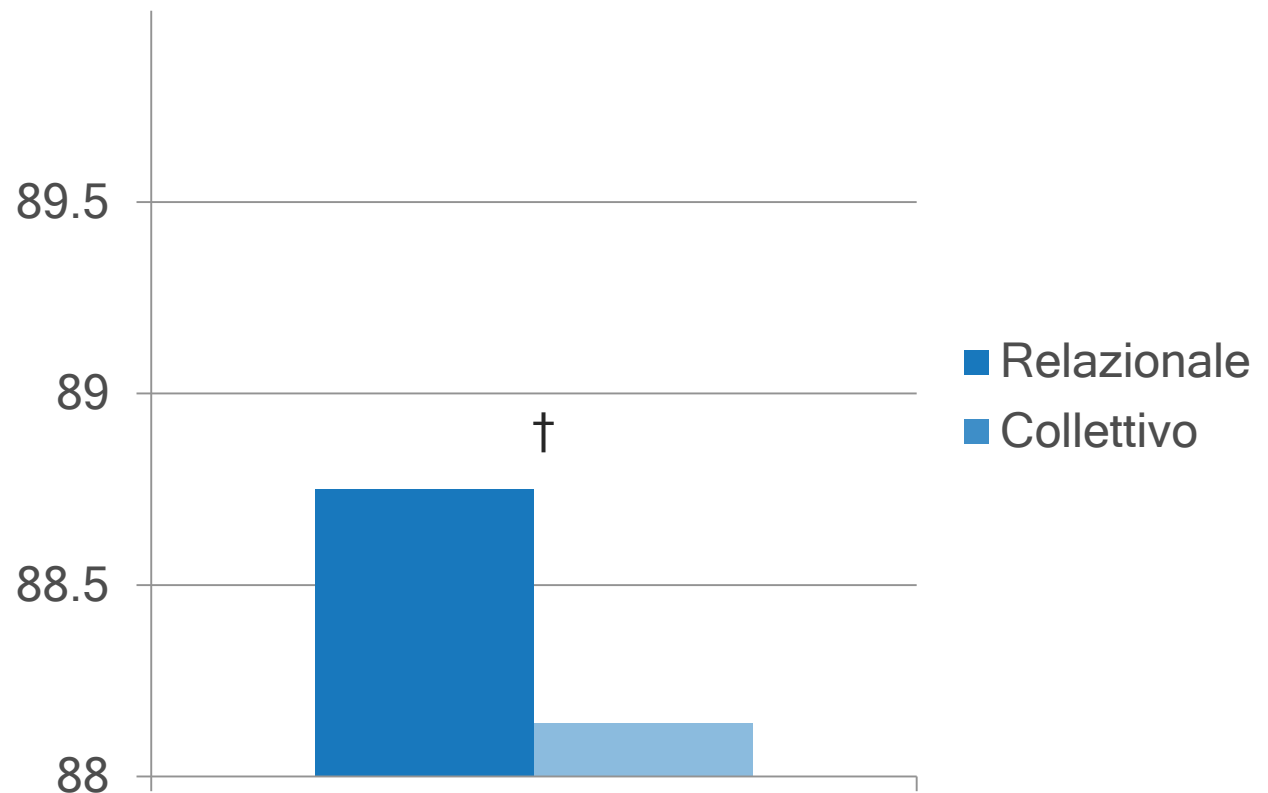
L'Esperimento

- Misure dipendenti:
 - (a) assegnazione di punti
 - (b) vignetta
(variabile dipendente = numero di partecipanti che indicano la donna come colei che ha iniziato la conversazione)
 - (c) stereotipi impliciti (implicit stereotype test)
 - (d) atteggiamento verso l'inclusione di un nuovo membro donna nella squadra



L'Esperimento

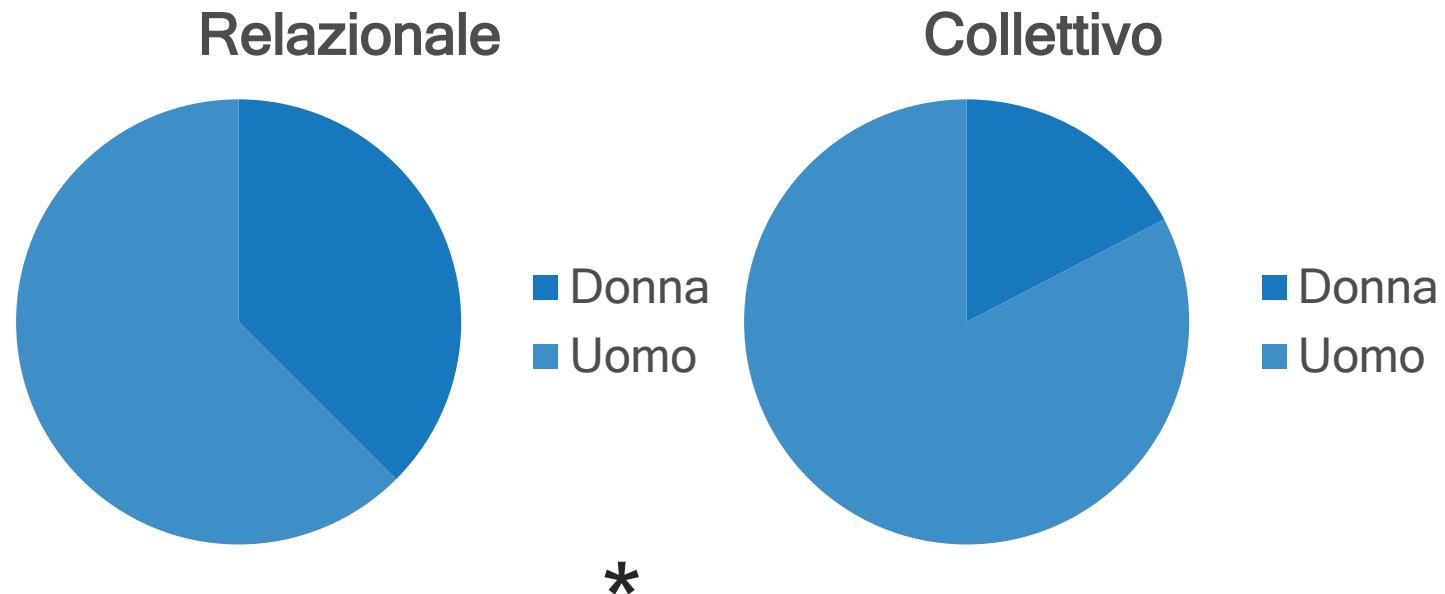
- FIGURA 4.1 assegnazione di punti



† = marginalmente significativo

L'Esperimento

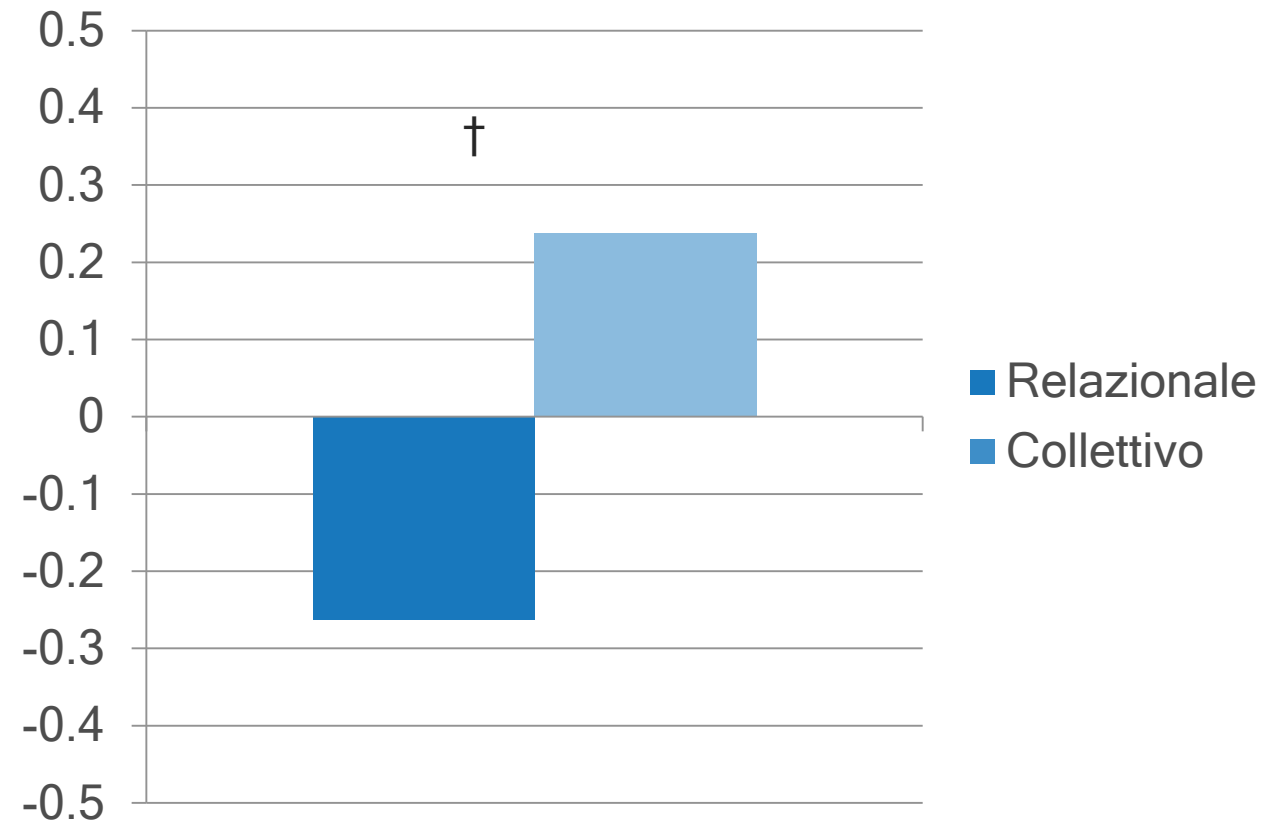
- FIGURA 4.2 Numero di partecipanti che individua nella donna o nell'uomo la persona che ha dato origine alla conversazione



* = differenza significativa, $p < .01$

L'Esperimento

- FIGURA 4.3 stereotipi impliciti



† = marginalmente significativo



L'Esperimento

- Nessuna differenza significativa si è riscontrata nel caso dell'atteggiamento verso l'inclusione di un'altra donna nella squadra.
- I risultati complessivamente, sono piuttosto deboli.