



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione

Corso di laurea in Scienze e tecniche psicologiche sociali e del lavoro

Tesi di laurea triennale

**L'autostereotipizzazione da parte delle donne: la sua
funzione all'interno di un gruppo a basso status**

Women self-stereotyping: its function within a low status group

Relatrice

Prof.ssa Maria Rosaria Cadinu

Laureando: Pietro Conti

Matricola: 2051466

Anno accademico 2023/2024

INDICE

Introduzione.....	1
1. La Genesi dell'Autostereotipo	3
1.1 La realtà frammentata in categorie.....	3
1.2 La stereotipizzazione del sé	4
1.3 Il ruolo degli atteggiamenti nell'autostereotipo	10
2. Le funzioni dell'Autostereotipo e l'influenza dello Status di gruppo	15
2.1 Status e Genere.....	15
2.2 Le funzioni dell'autostereotipo per le donne	18
Conclusioni.....	27
Bibliografia	31

Introduzione

Nonostante un risveglio etico, rimane ancorata nella nostra società una sostanziale differenza di genere. Questa tendenza può essere interrogata secondo diversi orientamenti. Ad essa si interessano la filosofia antropologica, la sociologia o la psicologia sociale. Quest'ultima prospettiva offre il suo contributo alla questione evolvendo il discorso di Tajfel sull'identità sociale, una tesi che possiede il suo baricentro teorico nella categorizzazione, la quale è coinvolta nel processo di autostereotipizzazione ossia traslare delle caratteristiche del gruppo al sé. L'autostereotipizzazione può scaturire da dinamiche esplicite ma può essere mossa da una matrice implicita. L'automaticità di questo processo diventa ancor più saliente quando subentra l'elemento dello status di gruppo. Esso svolge un ruolo determinante nel processo di categorizzazione e, perciò, nell'autostereotipizzazione poiché appare più influenzante nei gruppi sociali a basso status. È il caso delle minoranze, tra le quali rientra l'essere donna poiché la mascolinità è considerata come il valore di base, di default, motivo per cui ciò che fuoriesce da questo insieme è inteso in senso minoritario.

Questo lavoro ha l'intento di mostrare le funzioni del processo di autostereotipizzazione circoscrivendolo alla questione di genere, con particolare interesse nell'analizzare gli atteggiamenti impliciti ed espliciti di tale meccanismo assumendo lo status di gruppo come una delle variabili principali per spiegare codesto fenomeno sociale.

Nel primo capitolo verrà avviato un confronto con quello che la letteratura scientifica ha già sottolineato riguardo l'autostereotipizzazione e della sua indole implicita.

Successivamente, nel secondo capitolo, si introdurrà il tema dello status di gruppo collegandolo a quelle categorie sociali in cui è molto precario e pessimistico. In questo contesto rientra anche il genere femminile che è considerato una minoranza di tipo psicosociale. Di fatto verrà esposto come le donne si appropriano di alcune caratteristiche del gruppo di appartenenza attribuendoli al sé personale, sottolineando le funzioni che riveste questa operazione.

Infine, dopo aver analizzato come opera l'autostereotipizzazione nel genere femminile, avvierò una riflessione col fine di proporre eventuali proseguimenti futuri nella ricerca.

1. La Genesi dell'Autostereotipo

1.1 La realtà frammentata in categorie

Le dinamiche sociali danno alla luce a degli assetti grazie ai quali un individuo tenta di adattarsi alla realtà nel modo più efficace e conveniente possibile. La spinta che muove il mondo sociale è il processo di categorizzazione, il quale sistematizza il modo con cui le persone interpretano e comprendono gli stimoli che percepiscono nell'ambiente (Tajfel, 1981). Questo meccanismo cognitivo, che ha risvolti sociali serissimi, risulta particolarmente utile nelle situazioni in cui l'input è poco informativo: di fatto la categorizzazione possiede la proprietà di massimizzare l'informazione selezionando i fattori significativi in ordine di somiglianza o differenza. In base a questi due criteri si creano degli insiemi in cui accomodare quello che l'agente incontra nella realtà. Da ciò scaturiscono due fondamentali che sostengono la costruzione delle categorie grazie all'acuire delle differenze, o delle similitudini, degli stimoli che una persona intercetta ovvero l'assimilazione intracategoriale e differenziazione intercategoriale (Tajfel & Wilkes, 1963). A causa del processo assimilazione intracategoriale si accentuano le somiglianze entro la stessa categoria, ed è il motivo per il quale avviene un'omogenizzazione degli attori sociali di un outgroup dato che essi vengono percepiti come simili, interscambiabili. Invece, la differenziazione intercategoriale è il dispositivo cognitivo che enfatizza le differenze in due classi distinte, ragion per cui essa opera la scissione, per esempio, tra l'ingroup e l'outgroup: bianco o nero, ricco o povero, uomo o donna. Per merito di questi due procedimenti cognitivi la persona si adatta al contesto semplificando la realtà con l'utilizzo di categorie, ma la possibile conseguenza è la perdita di numerose informazioni che non vengono vagliate. Ciò rappresenta il ponte che collega il processo di categorizzazione agli stereotipi poiché quest'ultimi si generano in seno alla richiesta di ordine quando lo stimolo che l'agente intercetta è confusionario, poco esplicativo a tal punto da ricorrere a immagini mentali generalizzate per gestire la novità o l'incertezza. Questo perché la categorizzazione è una strategia valida nell'economia cognitiva della mente, dato che è costantemente sollecitata nella mansione di decodificare gli stimoli di un ambiente intrinsecamente complesso; però la mancata considerazione

globale degli input, o un'analisi molto esile e affrettata condotta tramite la fruizione di stereotipi, può plasmare degli assetti cognitivi che si cristallizzano negli atteggiamenti in maniera più senziante o implicita. Pertanto, la categorizzazione è una delle fondamenta cognitive dei pregiudizi e degli stereotipi, ai quali si aggiungono componenti emozionali, ma anche culturali.

Il processo di categorizzazione è uno strumento adattivo dotato di un potere insito considerevole, ragion per cui è necessario essere a conoscenza delle possibili ripercussioni a cui può condurre: comprendere gli eventi per mezzo di categorie può diventare un'attitudine altamente pericolosa se esse sono il prodotto da narrazioni e condizionamenti culturali, più che di un apprendimento esperienziale che una persona può compiere nel contesto in cui si muove. L'istituzionalizzazione, e la normalizzazione, di valori tradizionali e archetipi nel corredo civico della nostra società sono capaci di viziare il contenuto di una categoria sociale, nel bene o nel male. In quest'ultimo caso, un racconto non attinente con la vera natura di una comunità può ripercuotersi in forme di esclusione o discriminazione come nel sessismo. Di fatto è possibile ritenere che le donne vengano classificate in quanto unità appartenenti a un insieme denominato sul genere, ma il punto focale è nella costituzione del materiale interno di tale categorizzazione dacché è il frutto della maturazione secolare di usanze e abitudini oppressive, le quali si sono instaurate nel nostro folclore e che tutt'ora orientano il modo in cui una donna è rappresentata, sia dagli uomini sia dalle donne stesse.

1.2 La stereotipizzazione del sé

Lo stereotipo è l'immagine mentale che sorge quando si pensa a un gruppo affibbiando su di esso un insieme di tratti. Si presume che le caratteristiche possedute siano condivise da tutti i membri del collettivo in questione, e che siano distintive da un gruppo rispetto a un altro. Lo stereotipo appare simile ad uno stampo mentale che si adopera per maneggiare la complessità e la casualità, portando la confusione ad un livello alto di semplificazione guidata dall'immagine preconfezionata che si applica.

Lo scopo dello stereotipo è di essere d'ausilio nella massimizzazione delle percezioni e dei fatti che accadono, ma uno snellimento, o un condizionamento, degli eventi sociali guidato da generalizzazioni prototipiche potrebbe indurre a interpretazioni erranee, basate

su delle assunzioni prefabbricate o probabilistiche. Infatti, nell'attualità dei giorni d'oggi, accade spesso sentire dei giudici sentenziare la poca femminilità che alcune donne esprimono: questo succede perché la rappresentazione canonica della donna è stata plasmata dagli uomini, i quali hanno dipinto un'immagine piena di un sessismo. Quello che fuoriesce da questo stampo impatta di modo anormale con l'abitudine che è figlia dello stereotipo. Ciò non vuole scalfire l'utilità di questo strumento psicologico che non è obbligatoriamente negativo, ma lo può diventare quando stabilisce cosa deve essere o come deve essere un determinato soggetto.

Il primo a definire cosa fosse uno stereotipo fu Lippman, postulando l'esistenza di conoscenze fisse e impermeabili le quali organizzano le rappresentazioni delle categorie sociali, spesso agevolando il contenuto in modo troppo riduttivo e superficiale (Lippman 1922). Successivamente codesto oggetto di studio è stato indagato per decenni durante lo scorso secolo: due ricercatori che hanno sviscerato l'argomento furono Gordon Allport (1954) seguito da Tajfel (1969). I due psicologi organizzarono i loro studi sulla nozione che gli stereotipi fossero categorie modellate entro un bacino di attributi che si presumono essere delle specificità peculiari dei membri di un gruppo in quanto generalizzazioni probabilistiche su quella classe di persone. Questa visione degli stereotipi viene successivamente ampliata ma si è mantenuta l'architrave teorica per cui siano un insieme di convinzioni sulle caratteristiche soggettive di un individuo, o attributi di un gruppo, aggiungendo che tali connotazioni non debbano essere necessariamente negative bensì distintive (Brigham 1971). Succede la definizione proposta da Ashmore e Del Boca che intendono lo stereotipo come un insieme di credenze riguardanti gli attributi personali di un gruppo (Ashmore & Del Boca, 1981).

La prassi con cui agiscono gli stereotipi è innescata da un attore sociale che categorizza altri individui sulla base di caratteristiche percettive, come possono essere la razza o il sesso. Successivamente l'agente attribuisce un insieme di tratti all'insieme dei membri di quella categoria per poi connettere quegli elementi tipici a ciascun partecipante di quello specifico insieme sociale (Snyder, 1981). Perciò gli stereotipi guidano le scelte quotidiane secondo parametri isomorfi: l'adozione di caratteristiche fisiche di una persona come degli indicatori e dei predittori di tratti psicologici, o disposizionali, sui quali non si possiede un accesso diretto. In seguito, gli isomorfismi mutano in significati relati a una categoria sociale.

Lo stereotipo orienta la condotta di chi lo agisce, ma condiziona il comportamento anche di coloro che sono i protagonisti di questa generalizzazione. Si definisce autostereotipizzazione il processo per cui un individuo fa proprio lo stereotipo del gruppo di appartenenza. La persona eredita, si identifica e si allinea con le caratteristiche della categoria sociale di cui fa parte. Perciò il fenomeno dell'autostereotipizzazione di genere accade se una donna si categorizza in quanto tale. Per spiegare il funzionamento di tale procedimento bisogna adottare le istanze della teoria della categorizzazione del sé di Turner (Turner, Hogg, Oakes, Reicher & Wetherell, 1987) in cui si afferma che la percezione della propria identità si basa sulle categorie salienti che abitano l'individuo, le quali sono i tratti stereotipici del gruppo di appartenenza. Prendendo in considerazione la teoria dell'identità sociale (Tajfel, 1981) è stato proposto un continuum dove alle estremità si pongono due dimensioni che l'identità può assumere relativamente alla situazione che una persona esperisce: l'identità personale è la visione di un individuo unico e rappresenta il primo polo del continuum, mentre il secondo si riconduce all'identità sociale che fa riferimento a un attore come membro di una comunità, perciò, attivando il comportamento intergruppi. Quando un'agente definisce sé stesso come membro di una categoria sociale, egli si percepisce nei termini delle caratteristiche distintive di quella categoria, cioè, eredita lo stereotipo del proprio gruppo e lo ingloba: è il cardine del funzionamento dell'autostereotipizzazione. Questo evento di astrazione della propria identità, per cui essa trasla dalla dimensione personale dell'io a membro di una comunità, si pone prettamente nell'orbita intergruppi e prende il nome di depersonalizzazione che Turner definisce come "la ridefinizione cognitiva del sé, dagli elementi unici e le differenze individuali all'appartenenza condivisa ad una categoria sociale e agli stereotipi ad essa associati, che media il comportamento di gruppo"

Quindi la depersonalizzazione rende possibile la categorizzazione del sé in cui il gruppo e l'individuo sono connessi, cosicché il sé esegua un'astrazione progressiva di 3 gradi: identità personale, identità sociale, livello sovraordinato. L'autostereotipizzazione, in cui il prototipo del gruppo viene assorbito dall'attore, accade nel secondo livello denominato intergruppi dato che il sé, coinvolto nell'identità sociale, viene descritto in termini d'appartenenza all'ingroup in un processo di confronto con l'outgroup. Infatti, a causa del processo di depersonalizzazione ogni membro del gruppo tenderà a definirsi e a comportarsi in linea con le caratteristiche stereotipiche della propria comunità, la quale

se viene considerata con una bassa considerazione sociale facilita la dinamica. L'uniformità alle norme del gruppo di appartenenza è l'autostereotipizzazione, che si può intendere come un bias nei confronti del sé e del proprio comportamento per renderlo più conforme alle caratteristiche e norme stereotipate del l'ingroup (Hogg & Turner, 1987); quindi, una donna con i canoni, i costumi e i modelli prototipici femminili.

Un esperimento di Cadinu e Galdi ha analizzato esattamente questa circostanza: come il genere possa modificare i percorsi di autocategorizzazione, comportando un'autostereotipizzazione divergente tra uomo e donna (Cadinu & Galdi, 2012). Si ipotizza che l'appartenenza al gruppo di genere femminile sia più saliente e accessibile, vale a dire che le donne pensano maggiormente a sé stesse in quanto donne mentre gli uomini non eseguono questa equivalenza in modo frequente e reminiscete; come suggeriscono i risultati di ricerca di Lorenzi-Cioldi in cui il genere assume una dimensione cardinale per le donne, come un indicatore di identità (Lorenzi-Cioldi 1991).

Poiché la categorizzazione può essere guidata da meccanismi non intenzionali, per questo esperimento si è utilizzato l'Implicit Association Test di (Greenwald, McGhee & Schwartz, 1998) ossia uno strumento con il fine di misurare la solidità delle associazioni automatiche attraverso l'esposizione a coppie di stimoli e la rilevazione dei tempi di reazione. Per rilevare l'accessibilità cognitiva dell'associazione tra sé e genere si è utilizzato il *Gender Self-categorization IAT*; in una seconda prova sperimentale le ricercatrici hanno usufruito del *Self-stereotyping IAT* per captare l'associazione tra il sé e lo stereotipo del proprio ingroup.

Il primo studio testava l'ipotesi che l'appartenenza al gruppo di genere femminile, che potremmo considerare un gruppo a basso status, sia più accessibile perché ci sarebbe un'autocategorizzazione implicita più impattata. 21 donne e 18 uomini hanno completato lo IAT sull'autocategorizzazione di genere con due blocchi che hanno analizzato la forza delle associazioni automatiche tra le categorie: io, donna, uomo, altri con le categorie opposte. Il calcolo del punteggio vede la sottrazione della latenza media nel blocco *self-outgroup* dalla latenza media nel blocco *self-ingroup*; successivamente viene applicata una divisione per la deviazione standard inclusiva dei due blocchi critici. Quello che risulta è che i valori positivi riflettono associazioni automatiche più forti tra il sé e il gruppo di appartenenza; in questa circostanza, come da ipotesi, i punteggi più elevati di autocategorizzazione implicita di genere erano delle donne. Nel secondo studio

sono stati inclusi due campioni di uomini e donne più simili in termini di età aspettandosi di ritrovare gli stessi risultati della prova precedente. Oltre a ciò, si prevedeva una correlazione con gli interessi di ricerca condotti da Latrofa che ha indagato il medesimo oggetto di studio ma testandolo con misure esplicite; secondo quanto riportano i suoi studi, le differenze tra le due controparti nell'autostereotipo sarebbero dovute a un'identificazione più intensa col genere da parte delle donne. In questo caso l'obiettivo di Cadinu e Galdi era quello di scovare quali siano gli altri fattori impliciti capaci di mostrare una maggiore identificazione di genere.

Nel secondo studio era coinvolto un campione di 56 persone: 26 donne e 30 uomini. In un primo momento i partecipanti hanno eseguito il gender *self-categorization IAT* come nello studio 1; dopo una settimana è stato completato il *self-stereotyping IAT* il quale ha la peculiarità di misurare la forza relativa delle associazioni automatiche tra le categorie: io, altri, maschile, femminile; le categorie maschile e femminile erano rappresentate da 5 tratti stereotipici che furono pretestati. Alla fine, i partecipanti hanno compilato un questionario sull'autostereotipizzazione con un metodo di rilevazione basato su criteri espliciti: il questionario comprendeva gli stessi tratti maschili e femminili del secondo IAT chiedendo ai partecipanti di valutare quanto ogni tratto fosse tipico del sé da 1 a 7. Coerentemente con il primo studio le donne hanno confermato livelli più elevati di autocategorizzazione nel genere rispetto agli uomini. In più, come da ipotesi, le donne hanno mostrato una maggiore stereotipizzazione del sé implicita ed esplicita, quest'ultima testata con un questionario successivo agli IAT.

In linea con altre prove sperimentali come quella di Latrofa, i risultati emersi da questi due studi mostrano una connessione significativa tra l'autostereotipizzazione implicita ed esplicita con il genere. La corrispondenza potrebbe essere spiegata da un livello più basso di status sociale che le donne possiedono; non a caso, per gli uomini non è stata riscontrata alcuna correlazione tra autostereotipizzazione implicita ed esplicita.

Questa ricerca ha segnalato tre evidenze: la prima è che le donne mostrano una maggiore categorizzazione del sé implicita dovuta al genere suggerendo l'ipotesi che l'appartenenza a un gruppo di basso status, come far parte della categoria femminile, è più saliente per i suoi partecipanti. Altro fattore degno di attenzione è che le differenze di genere nel processo di autocategorizzazione sono state spiegate nella loro indole implicita ed esplicita; è da sottolineare l'inconsapevolezza di questo fenomeno perché significa che

è un avvenimento che accade al di fuori della coscienza. In terzo luogo, è stato appurato che in condizioni base gli uomini e le donne differiscono ampiamente nei livelli di categorizzazione del sé, confutando la tesi per la quale questa dinamica possa modificarsi in base a elementi personali e contestuali. Inoltre, la ricerca attinge le proprie inferenze dal modello Halsim, l'acronimo di *High Accessibility of Low Status Ingroup Membership*. Il modello Halsim si focalizza sull'accessibilità all'appartenenza al gruppo di basso status poiché potrebbe provocare una maggiore autostereotipizzazione come è stato confermato da Cadinu e Galdi, visto che solamente le donne possedevano un'accessibilità all'ingroup elevata, il che non avveniva nella controparte maschile.

Nell'autostereotipizzazione è essenziale sottolineare l'influenza contestuale nello stimolare l'identità sociale (Tajfel & Turner, 1986) poiché eventi esterni possono rendere salienti alcune caratteristiche del sé che sono altamente collegate a elementi stereotipici delle categorie sociali in cui l'agente è inserito. Ciò è stato confermato con una prova sperimentale in cui si sancisce che le persone, in questa ricerca gli omosessuali che sono percepiti come una minoranza, modificano gli stereotipi del sé in linea con i segnali ambientali (Cadinu, Galdi & Maas, 2013). Infatti, se il contesto espone l'individuo a tratti rilevanti per la categoria che frequenta, egli allineerà in modo plastico la percezione che ha di sé in relazione all'ecosistema sociale col quale si sta interfacciando. Vale a dire che gli attori di gruppi sociali si adattano alle caratteristiche del proprio ingroup quando esse vengono sollecitate, eseguendo questo allineamento in maniera flessibile ma anche inconsapevole. Inoltre, è stato sottolineato che i partecipanti di categorie stigmatizzate sono particolarmente sensibili a tali segnali che intercettano nel contesto sociale. Nel caso del genere è importante soffermarsi su quegli usi e costumi che spingono le donne ad uniformarsi ai canoni, celatamente sessisti, prototipici impartiti: nei ruoli che devono assumere nei vari contesti, nei comportamenti e nel modo di essere.

Secondo la teoria della categorizzazione del sé proposta da Turner, la percezione soggettiva dell'identità si costruisce in base alle componenti significative del sé e l'ascrizione di tratti stereotipici dell'ingroup al sé. Quello che alimenta tale processo è il bisogno di autostima dato che per mantenerne un livello eccellente le persone si confrontano con individui ritenuti simili, ossia con i membri del rispettivo ingroup (Correll & Park, 2005). Secondo il modello proposto da Correll e Park, l'ingroup è capace di offrire risorse e significati per rispondere alle esigenze dei propri componenti. Quindi

le donne tendono a misurarsi con altre donne, piuttosto che con persone di sesso maschile, perché il confronto con i partecipanti del proprio ingroup salvaguarda l'autostima e soddisfa il bisogno di entitatività: la percezione del gruppo come un ente diverso dagli altri, al cui interno gli individui si assomigliano.

Oltre all'autostima il dispositivo gruppale ha la qualità di esaudire la necessità di interazioni frequenti, emotivamente positive, che coinvolgano un numero ristretto di persone ossia il bisogno di appartenenza (Baumeister & Leary, 1995). Se i collettivi sociali di maggioranza intendo l'appartenenza come variabile relata a esiti positivi o negativi del gruppo, quelli a basso status come la categoria di genere femminile palesano una forte identificazione dei propri partecipanti come risorsa per poter gestire le complicità dovute al far parte di una minoranza. Allora l'identificazione con l'ingroup svolge un'azione di sostegno e protezione a livello psicologico: dona consenso sociale, conferma le credenze, combatte il pregiudizio e riveste di una spiccata significatività l'appartenenza al gruppo minoritario, oltre che a tutelare l'autostima come già dichiarato.

1.3 Il ruolo degli atteggiamenti nell'autostereotipo

Nella ricerca di Cadinu e Galdi sono utilizzate misure implicite ed esplicite, le quali si riconducono a un altro fulcro del processo di stereotipizzazione del sé: oltre all'autocategorizzazione, per poter esporre il modo con cui opera l'autostereotipo è necessario introdurre il ruolo degli atteggiamenti. Sono un sentimento o valutazione generale, perciò possibilmente positiva o negativa, riguardante una persona, un oggetto o un gruppo. L'atteggiamento è stato descritto come uno stato mentale incentrato sulla prontezza, stabilita attraverso l'esperienza; tale prontezza ha la qualità di esercitare un'influenza direttiva o dinamica sulla risposta dell'individuo nei confronti di ogni oggetto o situazione con cui entra in contatto (Allport, 1935). Si desume come esso rappresenti un indicatore tramite il quale è possibile prevedere le azioni delle persone. Una delle definizioni più accreditate proviene dall'orientamento della *Social Cognition* che suggerisce l'esistenza di una struttura mentale costituita dall'associazione in memoria della rappresentazione dell'oggetto e la sua valutazione, associazione caratterizzata da disponibilità e accessibilità (Fazio, 1986). La cornice teorica delineata da Fazio introduce il concetto di associazione tra lo stimolo e la sua valutazione misurata attraverso il tempo

di latenza; proprio da ciò deriva lo strumento di ricerca apposito per misurare la forza delle connessioni inconse: l'*implicit association test*, detto IAT.

Un possibile vertice per poter osservare gli atteggiamenti è nella loro articolazione tripartita, dato che un atteggiamento si struttura in tre componenti: cognitiva, affettiva, comportamentale. Questi tre elementi hanno una ripercussione materica poiché generano pensiero, sentimento e azione. La genesi degli atteggiamenti è innescata dalla categorizzazione poiché sono le categorie a plasmarli, oltre a condurre l'acquisizione dei valori sociali e delle norme che ne modellano il contenuto; di fatto è già stato illustrato come la categorizzazione, attraverso l'assimilazione intracategoriale e la differenziazione intercategoriale, comprime gli oggetti in classi regolate dai principi di somiglianza o divergenza, dando come risultato delle sovragegeneralizzazioni ovvero gli stereotipi. Si costituiscono così atteggiamenti pregiudizievole motivati dall'immagine mentale che uno possiede relata ad un collettivo.

Gli atteggiamenti che un individuo emette possono derivare da una sorgente cosciente detta esplicita. Essi si formano quando una persona si sofferma intenzionalmente su un oggetto d'interesse con la motivazione di maturare un'opinione; quindi, risulta rilevante la volontà di riflettere su un tema. Nonostante ciò, in ciascuno di noi abitano delle attitudini non pienamente consapevoli ma che sono capaci di orientare la condotta individuale: si tratta degli atteggiamenti impliciti. Esistono varie proposte teoriche con lo scopo di spiegare la loro formazione. Una delle più comuni è l'effetto della mera esposizione (Zajonc, 1968) per cui la visione frequente di un evento condiziona il modo in cui esso viene valutato, causando generalmente una maggiore attrazione. Un'altra possibile spiegazione sulla genesi degli atteggiamenti impliciti si ritrova nel paradigma comportamentista, più precisamente nella teoria del condizionamento. Altra proposta è la teoria dell'autopercezione secondo cui gli atteggiamenti si originano tramite la percezione soggettiva del comportamento individuale e l'attribuzione ad una causa interna. Le prospettive che suggeriscono il sorgere gli atteggiamenti impliciti sono molteplici fatto sta che tramite compiti di classificazione e associazione (Greenwald et al, 1988; Greenwald & Farnham 2000) è risultato come elementi impliciti e quelli espliciti degli atteggiamenti sono indipendenti fra loro.

Numerosi assetti attitudinali sono di origine implicita, dunque frutto di associazioni mentali non intenzionali e non pienamente consapevoli. In particolare, negli stereotipi

soggiacciono delle componenti implicite degli atteggiamenti. Quest'affermazione è resa possibile dal rinnovamento degli strumenti per la rilevazione della cognizione sociale, in quel passaggio dai dispositivi inclini a una captazione delle componenti esplicite, come la scala Likert, il self report o il differenziale semantico, a misurazioni che tracciavano gli elementi inconsapevoli delle attitudini comportamentali. L'aggiornamento nella ricerca psicosociale è successo a fine dello scorso secolo quando vi è stato l'avvento dello IAT capace di misurare gli atteggiamenti impliciti che vennero precisati come tracce dell'esperienza passata che, pur non potendo essere identificate a livello introspettivo, o non adeguatamente identificabili, regolano i sentimenti favorevoli o sfavorevoli, il pensiero e l'azione verso gli oggetti sociali (Greenwald & Banaji, 1995).

Il contributo della psicologa sociale Devine (1989) ha ampliato lo schema binario con cui agiscono gli atteggiamenti sugli stereotipi. Nei suoi studi Devine suggerisce la possibilità che le risposte espresse sulla base dell'appartenenza ad un gruppo siano la combinazione delle credenze che l'individuo possiede in maniera consapevole su gruppi sociali, a cui si aggiungono i meccanismi di attivazione dello stereotipo innescati in una dinamica che antecede la consapevolezza. Il sistema duale intende i processi impliciti azionati senza la necessità di uno stimolo interattivo; quindi, sarebbe un procedimento involontario, a tratti ineluttabile, perciò meno flessibile di quelli consapevoli. Secondo la proposta di Devine nel periodo di socializzazione le credenze associate a gruppi specifici sono costantemente attivate ed è grazie a questi ripetuti solleciti che le convinzioni vengono apprese. Tale assetto produce un'attivazione automatica degli stereotipi che si sono stanziati nelle aree più radicali del sistema di credenze; il tutto in maniera inconscia attraverso la sola presenza simbolica, o reale, dei membri appartenenti ai diversi gruppi.

Risulta possibile contrastare il manifestarsi e l'applicazione di generalizzazioni automatiche se la persona ha una forte volontà di voler approcciarsi alla realtà in modo genuino, non viziato; inoltre, la persona deve avere la consapevolezza dello stereotipo in modo da impedire la sua attuazione (Bodenhausen & Macrae, 1996)

Un altro fenomeno che può contribuire alla formazione di assunzioni stereotipiche è la tendenza a preferire le spiegazioni disposizionali anziché a interpretazioni situazionali degli avvenimenti: è il bias della corrispondenza o errore fondamentale di attribuzione. Si tratta di giudicare le azioni altrui ponendo una maggiore rilevanza alle disposizioni e a fattori interni, sottostimando le motivazioni contingenziali. Quindi i comportamenti

vengono valutati come risultato delle caratteristiche di personalità di un individuo. Proseguendo il discorso nell'ottica dell'errore di attribuzione, gli agenti associati ad una minoranza sono considerati in base al loro scarso successo economico e sociale; la sentenza pronunciata dalle persone appartenenti ad un gruppo ad alto status è calcolata basandosi su tratti di personalità, in modo da poter attribuire la superiorità in valori disposizionali o interni.

2. Le funzioni dell'Autostereotipo e l'influenza dello Status di gruppo

2.1 Status e Genere

La possibilità che le persone si descrivano in base ai significati che vivono nel gruppo in cui sono inseriti è sempre stata considerata. Ma è solo negli ultimi decenni che questa dinamica è diventata un argomento privilegiato nella ricerca psicosociale. Notevoli sforzi sono stati compiuti per comprendere il procedimento dell'autostereotipizzazione, calando questo fenomeno sociale in diverse declinazioni che potessero dimostrare il suo funzionamento. Una delle tante variabili, o vertici d'osservazione, considerati per spiegare il meccanismo sociale in questione è lo status definibile come la posizione occupata dall'individuo nel collettivo d'appartenenza, o all'interno di una comunità, e si erge in relazione a due criteri: il prestigio e il potere. Lo status di un gruppo, o di una persona, è stabilito dal rispetto e dall'ammirazione che suscita, così come dall'influenza sociale che è capace di innescare e dal valore strumentale per gli altri (Ridgeway, 2001). La condizione di status può essere presumibilmente positiva, quindi l'oggetto in questione gode di una spiccata approvazione sociale, ma può essere molto debole comportando una considerazione carente. La differenza tra un gruppo di basso e uno alto di status si trova nella loro qualità differenziale di fornire ai loro membri un'identità sociale o di gruppo positiva (Tajfel & Turner, 1986)

In particolare, la psicologia sociale ha indagato le connessioni tra la percezione di basso status con il fenomeno dell'autostereotipizzazione confermando che gli individui appartenenti ad una minoranza, generata da una scarsa presenza numerica, ma eventualmente anche dalla bassa reputazione sociale, hanno una più alta probabilità di autostereotiparsi rispetto a persone inserite in gruppi avvantaggiati (Simon & Hamilton, 1994)

È possibile sovrapporre questo scenario con la differenza di genere, dato che al giorno d'oggi, ma lo è stato sempre, le donne sono considerate una categoria di basso status sociale. In molte civiltà soggiace la percezione che l'uomo possieda una posizione di vantaggio rispetto alle donne e che le comodità di cui gode siano giustificate. È facilmente intuibile che la superiorità maschile non trovi alcuna scusante se non negli usi e costumi

che si sono radicati nella società poiché se una persona è il prodotto del contesto in cui vive, a priori un uomo è rivestito di benefici di cui spesso non è consapevole né di possedere, né di agire. Le tradizioni imputate di esser responsabili dello squilibrio tra uomo e donna sono il patriarcato e il maschilismo, usanze che abitano nella nostra cultura e che posizionano le persone appartenenti ai due generi in configurazioni disarmoniche, cioè dall'alto al basso. Tramite strumentalizzazioni culturali la categoria maschile si è elevata a tal punto da imporsi come il denominatore dei significati che circolano nella società, e questo accade perché lo scheletro della nostra civiltà è patriarcale: il maschilismo ha imposto dei modelli e delle norme a tal punto che tutto quello che è diverso dall'abitudine viene inteso come una minoranza. La differenza di genere appare essere una fondamento culturale, perfino antropologica probabilmente, che fa da base a una sovrastruttura con effetti visibili nella quotidianità delle persone in modo più o meno celato: dai diritti e opportunità, alle assunzioni nei posti di lavoro, fino alla casistica più drammatica dei femminicidi.

Una prospettiva della psicologia dei gruppi capace di mostrare la condizione di minoranza delle donne è la teoria della dominanza sociale, una tesi redatta da Sidanius e Pratto. La teoria della dominanza sociale, denominata come SDO, si evolve su 3 principi. Il primo concetto è l'idea che la polis sia organizzata sulla base di gerarchie tra gruppi, e il patriarcato può essere confermato da questo assunto. In secondo luogo, la SDO ritiene che almeno una categoria sociale possiede la guida della comunità, oltre che a godere in modo sproporzionato di benefici e risorse; e se esiste un gruppo al comando significa che un altro è subordinato e sperimenta gli effetti negativi dello svantaggio. Questa tensione può sfociare nella competizione per risorse materiali o simboliche all'interno della società. La rivalità provoca il terzo e ultimo cardine dell'ipotesi proposta da Sidanius e Pratto: per mantenere la propria superiorità nella competizione tra gruppi, le categorie sociali egemoni usufruiscono di strategie ideologiche e politiche per sostenere e perpetuare la supremazia (Sidanius & Pratto, 1999). Adottando la terza nozione contenuta nella teoria della dominanza sociale si può asserire che il patriarcato è una manifestazione di uno status quo che opera tramite usi e abitudini al fine di perseverare il potere del genere a cui si riconduce. Che sia benevolo o ostile, il sessismo è un'attuazione dell'egemonia maschilista perché tramite lo stereotipo e il pregiudizio le donne sono

dipinte con ruoli e caratteristiche che non possiedono obbligatoriamente, se non tramite l'esito di una narrazione pesantemente coercitiva.

A questo punto è spontaneo chiedersi il motivo per cui le donne, e molti altri gruppi a basso status, non si mobilitino per ovviare alla diseguaglianza che imperversa sulla propria categoria sociale. Una prima risposta a tale quesito viene postulata dalla teoria della giustificazione di Jost (Jost, Banaji & Nosek 1994; Jost 2020). Questa tesi ipotizza che le persone percepiscano la necessità di mantenere gli assetti sociali e istituzionali già vigenti. Nonostante possa generare fenomeni imbevuti di discriminazione e diseguaglianza, i soggetti di categorie sociali a basso status hanno la tendenza indiretta a mantenere lo status quo. Jost espone che la giustificazione inneschi un'asimmetria alimentata dalla motivazione che le persone possiedono nel difendere specifiche dinamiche sociali poiché codeste soddisfano dei bisogni relazionali, bisogni che spesso sono socialmente costruiti. Adottando la sensibilità della teoria della giustificazione, gli stereotipi scagionano quello che è già presente nella società: come se la prassi sociale fosse alimentata da uno spirito conservatore che ardisce tutti gli individui a supportare schemi collettivi istituzionalizzati, indipendentemente dal loro grado di convenienza. In questa condizione Jost ritiene che la mansione degli stereotipi sia quella di separare le persone in classi e ruoli, tali disposizioni devono essere spiegate e soprattutto percepite come giustificabili da coloro che vi partecipano. Le categorizzazioni sociali sarebbero spesso manipolate per poter discriminare o legittimare alcuni eventi o pratiche raccapriccianti.

Già prima di Jost, il pensiero marxista aveva descritto il concetto di falsa coscienza secondo cui i gruppi più potenti sono capaci di diffondere idee utili a sancire la legalità delle diseguaglianze, favorendo così l'egemonia di quei collettivi che sono al comando equivalenti ai gruppi ad alto status. È comunque doveroso specificare che la sensibilità marxista offre spiegazioni ai fenomeni sociali ispirando le proprie proposte da fonti economiche e filosofiche; dunque, distanti dalla psicologia nonostante le orbite di queste prospettive si incrociano per riflettere su simili oggetti d'interesse.

I post-strutturalisti francesi, che in Foucault hanno il massimo esponente, affermarono che le norme sociali vengono concepite come norme biologiche, ossia validate dalla naturalità intrinseca che le abita. Seguendo questa scia il discorso si evolve in tematiche inclini alla biopolitica; tuttavia, è enfatizzato il principio per cui le categorie con le quali

approcciamo la realtà siano considerate ineluttabili e immutabili perché organizzate da uno spirito morale che noi stessi incarniamo. Pertanto, i punti di vista non sono soggettivi ma sono viziati dai significati che circolano nella comunità. La ricaduta pragmatica è contenuta nelle forme di linguaggio che agiamo: esse non sono neutre ma mantengono lo status quo. Gli stereotipi e i pregiudizi, compresi quelli di genere, non sarebbero mere forme di rappresentazione bensì trasmettono contenuti culturali e credenze condivise, perseguendo questo intento con l'uso strumentale del linguaggio. Effettivamente secondo Tajfel e Turner (1979) l'ingroup bias, ossia il favoritismo orientato verso i partecipanti del proprio collettivo capace di facilitare impeti discriminatori, avrebbe origine dalla volontà di manipolare un'asimmetria valutativa tra ingroup e outgroup. Tra le tante modalità, una delle più efficaci per impostare lo scenario del confronto è una selezione degli elementi linguistici usati per descrivere le interazioni realizzate nel corso dell'evento intergruppo. Quest'idea rimanda alla concezione del linguaggio di Foucault; infatti, l'autore francese riteneva che la comunicazione fosse figlia dei significati vigenti in una determinata comunità interpretativa per cui la semantica non sarebbe in grado di decodificare oggettivamente qualcosa ma è vincolata da convinzioni, assunti e punti di vista utili a mantenere delle dinamiche di potere favorevoli a coloro che sono al comando della società.

La differenza di genere può essere sovrapposta con le descrizioni redatte da queste prospettive poiché espongono i meccanismi con i quali la gerarchia sociale si istituisce. Il disequilibrio tra uomo e donna è il risultato di sistemi di prevaricazione che agiscono con modalità simili a quelle ipotizzate dalle teorie riportate, dove vi è una classe al comando che tenta di mantenere la superiorità sfruttando delle strategie di natura culturale e sociale. Tutto ciò confluisce nell'attribuzione di uno stereotipo vincolante e ingiustificato, causando notevoli ripercussioni nella vita intrapsichica e interattiva delle donne.

2.2 Le funzioni dell'autostereotipo per le donne

La ricerca sull'autostereotipo ha tentato di dimostrare che le persone appartenenti a minoranze numeriche, o a gruppi di basso status, hanno maggiori probabilità di autostereotipizzarsi rispetto ai membri di una maggioranza dettata sia dalle dimensioni

che dalla posizione sociale. Una metanalisi condotta da Mullen (1991) si è concentrata sull'elemento numerico prevedendo che la dimensione relativamente ridotta di un gruppo possa rendere l'appartenenza altamente saliente, il che a sua volta rafforza la tipicità del sé, oltre che degli altri membri del collettivo. D'altra parte, poiché l'appartenenza ad una comunità di maggioranza numerica è significativamente inferiore, i membri di questi collettivi sono meno propensi ad attingere dall'ingroup gli elementi con cui definire il sé. Sebbene la spiegazione teorica di Mullen si edifica in base a un criterio numerico che scinde i gruppi sociali secondo l'ampiezza partecipativa dei membri, questa visione potrebbe essere estesa a gruppi di status disuguale. Infatti, in linea con la teoria dell'autocategorizzazione (Turner et al. 1987) il cui perno è l'importanza dell'appartenenza al gruppo, l'autostereotipo potrebbe accendersi per motivazioni legate all'inferiorità numerica, così come da una condizione di basso status, e questo è il caso del genere.

Lo studio sull'autostereotipo e il contesto sociale di Simon e Hamilton (1994) è una testimonianza centrale per l'argomento poiché conferma con dati quantitativi le supposizioni predette fino ad ora sul ruolo dello status di gruppo nel processo di autostereotipizzazione. Nella ricerca sono contenute due prove: la prima riprende le idee di Mullen poiché testa la dimensione numerica del gruppo, mentre una seconda condizione inserisce un'ulteriore variabile indipendente, cioè lo status. Il primo trial vede i partecipanti esprimere le proprie preferenze riguardanti le opere di due pittori, successivamente è stato fatto credere che in base alla risposta il soggetto avesse le stesse opinioni rispetto alla maggioranza o alla minoranza. Infine, è stato misurato l'autostereotipo. Per tutto il corso della procedura è stata narrata una storia di copertura per cui le preferenze artistiche del gruppo erano connesse con un'indole estroversa o introversa dei componenti. Il finto racconto ha funzionato poiché i risultati mostrano gli introversi immaginarsi che gli altri membri dell'ingroup possedessero un alto grado di timidezza, viceversa per l'insieme degli estroversi. Di conseguenza è stata confermata l'ipotesi iniziale, perciò anche la teorizzazione di Mullen, valente per dimostrare una correlazione tra la dimensione relativa del gruppo e l'autostereotipizzazione che appare un fenomeno più accentuato per le persone che fanno parte di una minoranza. Però l'assimilazione sistematica di un pregiudizio di genere da parte delle donne non può essere spiegata da una dimensione numerica, perché il numero di donne e uomini

equivale; perciò, sono importanti le evidenze scovate dalla seconda condizione sperimentale.

Simon e Hamilton nello studio successivo formularono la seguente ipotesi: i membri di una minoranza dovrebbero mostrare un'autostereotipizzazione più marcata quando lo status del gruppo è basso rispetto a quello alto. La previsione immaginata è un impatto sull'autostereotipizzazione prodotto da due fattori: dimensione relativa del gruppo e status gruppale. Si tratta quindi di una prova sperimentale 2x2: maggioranza, minoranza, alto status, basso status. L'impostazione è la stessa del primo esperimento con l'aggiunta che le informazioni sul prestigio del pittore pilotavano la gradazione dello status: al gruppo di basso status venne comunicato che non si trattava di un pittore distinto; mentre nel caso di un elevato status venne riferito che l'artista era apprezzato dalla critica ed esperti. I risultati mostrano gli individui che si autocategorizzano introversi percepivano il loro ingroup composto principalmente da altri individui introversi e l'out-group da estroversi, e viceversa, come nel primo caso. Quello che emerge ulteriormente è una stereotipizzazione di sé più rigorosa nel caso in cui l'ingroup sia una minoranza e possieda uno status basso; invece, il fenomeno è meno presente nei soggetti nella condizione di un collettivo che si delinea come una minoranza, la quale però beneficia di una posizione sociale ragguardevole. Il secondo studio conferma la previsione dei due ricercatori per cui un ingroup a basso status stimola una maggiore autostereotipizzazione, specialmente se si tratta di una comunità di dimensioni ridotte. Un dato molto significativo si ritrova in quei soggetti assegnati a un gruppo di minoranza che si autocategorizzavano in maniera più incisiva: l'effetto è motivato da una maggiore considerazione di sé come membro del gruppo; contrariamente i partecipanti della maggioranza non sono stati influenzati dalla variabile dello status nella categorizzazione del sé. Questa considerazione di Simon e Hamilton si inserisce nell'orbita della teoria dell'autocategorizzazione la quale è un processo che distorce sistematicamente la percezione di sé e il comportamento per renderlo più conforme alle caratteristiche e alle norme stereotipiche dell'ingroup (Hogg & Turner, 1987) il che risulta essere la fondamenta dell'autostereotipizzazione, e l'attuale studio convalida il legame tra i due fenomeni, i quali sembrano intensificarsi a vicenda, quasi a co-costruirsi. Se la categorizzazione è la similarità, o la differenza percepita degli oggetti, si possono valutare due moti intrinseci all'autostereotipizzazione: derivare e influenzare l'autocategorizzazione come membro di un gruppo.

L'obiettivo principale della ricerca di Simon e Hamilton è stato quello di esaminare l'autostereotipizzazione collegandola al contesto sociale. In due esperimenti si è stabilito che in termini di appartenenza al gruppo, sia la dimensione partecipativa che lo status del gruppo sono criteri influenzanti del processo. L'esperimento 1 ha dimostrato che gli individui che condividono un'appartenenza a un gruppo di ridotte dimensioni sono più inclini a stereotipare sé stessi con i tratti tipici di quell'ingroup. Successivamente l'esperimento 2 ha sottolineato che l'evento della stereotipizzazione del sé può essere motivato dall'appartenenza a un collettivo di basso status, oltre che dalla grandezza dell'ingroup. Considerando le minoranze, sia da un vertice numerico che di status, risulta essere quest'ultima la variabile a condizionare con più potenza la volontà di categorizzare e stereotipare sé stessi: più nel dettaglio, lo status sembra avere un'influenza diretta sui membri delle minoranze nelle loro descrizioni di ciò che sono, mentre nei collettivi di maggioranza le descrizioni dei membri riguardavano ciò che non sono. Vale a dire che i componenti delle maggioranze appaiono intenzionati a chiarire che loro non sono partecipi di una minoranza.

È appurato che categorizziamo gli altri in base alle appartenenze, ragione per cui Fiske (1993) ha suggerito che i componenti di quegli insiemi sociali stigmatizzati sono approcciati in base all'appartenenza al gruppo disagiato, per cui sono più stereotipati negativamente rispetto alle categorie di alto rango. L'enfasi sull'appartenenza ad un gruppo di basso status può spingere i loro partecipanti ad un sentimento di minaccia. Per ovviare a questa percezione di timore essi accentuerebbero la somiglianza con l'ingroup ovvero effettuano l'autostereotipizzazione.

Questa è l'ipotesi testata in uno studio di Latrofa (Latrofa, Vaes & Cadinu 2012) che esamina la possibilità per cui una minaccia all'identità ingroup possa causare due possibili reazioni: gli attori che fanno parte di un gruppo svantaggiato usufruiranno dell'autostereotipo per maneggiare l'intimidazione; invece, nella contingenza di un gruppo che gode di una posizione sociale ottimale potrebbe avvenire un allontanamento del sé dall'ingroup, come suggerito da Simon e Hamilton.

Nell'esperimento, prima di compilare un questionario valutativo sul sé e l'ingroup, le due categorie di genere sono state esposte ad uno stimolo minaccioso che consisteva in un finto articolo scientifico, il quale affermava che il fallimento e il successo trovavano spiegazione in determinate caratteristiche maschili o femminili, ed è qui che soggiace la

manipolazione sperimentale: in relazione al genere l'articolo può essere svantaggioso o favorevole rispetto alla propria identità grupale decretata dal genere. I ricercatori hanno previsto un livello più elevato di autostereotipo quando l'ingroup di genere femminile è intimorito dalla minaccia artificiosa generata dall'articolo, oltre che dalla condizione naturale di basso status.

Il campione di 112 donne e 113 maschi ha compilato il questionario solo dopo aver letto il falso contenuto della rivista scientifica. Il campione è stato scisso causalmente in due, delineando un disegno sperimentale con metà maschi e metà femmine nella condizione identità di gruppo minacciata, l'altra parte dei partecipanti nella condizione identità di gruppo vantaggiosa. In seguito, è avvenuta la somministrazione del questionario contenente dei tratti, pretestati, da valutare.

Nella componente femminile emerge una significativa stereotipizzazione del sé nella condizione di identità di gruppo minacciata piuttosto che nella condizione di identità di gruppo favorevole, stando a significare che esse si avvalgono del prototipo grupale come strumento per affrontare la minaccia scagliata verso l'ingroup. I partecipanti maschi hanno aumentato la somiglianza con la categoria solo quando era nella situazione d'identità di gruppo favorevole, un'azione dal fine utilitaristico e opportunistico ossia di mantenimento di un'immagine positiva. Turner spiegherebbe quest'attitudine maschile avvalendosi della teoria dell'autocategorizzazione e dell'identità sociale poiché per gli uomini è utile definire sé stessi in termini di appartenenza all'ingroup quando la categoria maschile è messa in buona luce. Non a caso se l'ingroup ad alto status dei maschi subiva un'offensiva, gli agenti al suo interno tendevano ad allontanarsi dal collettivo di genere.

In generale Latrofa e i suoi collaboratori confermano l'ipotesi che l'autostereotipo è una strategia utile ai partecipanti di collettivi stigmatizzati per difendersi dall'invettiva che grava sul proprio ingroup. Nel caso del genere, la percezione di una minaccia all'identità sociale delle donne scatena in esse la reazione di voler assomigliare ai tratti stereotipici della propria comunità, positivi o negativi che siano.

Quindi la variabile principale in grado di spiegare il motivo per cui una persona possa stereotiparsi con il prototipo dell'ingroup è lo status ma in base al suo livello, se spiccato o infimo come nel caso delle donne, le rappresentazioni del sé si plasmano in modo divergente.

Una ricerca (Latrofa, Vaes, Cadinu, Carnaghi, 2010) ha voluto indagare la rappresentazione cognitiva dell'autostereotipo. La struttura sottostante a questo processo sarebbe la mistione della rappresentazione dell'ingroup e quella del sé; infatti, le persone attribuirebbero alla propria persona i prototipi dell'ingroup, aumentando così la somiglianza tra sé e la comunità di riferimento soprattutto nelle caratteristiche stereotipate rispetto ai tratti irrilevanti. Ma questo meccanismo subisce la forte influenza dello status, che può condurre a esiti diversi in base alla considerazione sociale che gode una determinata comunità.

L'esperimento è diviso in due momenti intervallati da un mese di tempo. I partecipanti sono divisi nei due insieme di genere che rappresentano gradazioni diseguali di status. Ai partecipanti è stato chiesto di descrivere sé stessi o l'ingroup in relazione a una serie di specificità pretestate le quali potevano avere valenze sia positive che negative. Se al tempo 1 è stata giudicata la propria persona, il mese successivo l'oggetto della valutazione sarà l'ingroup, o viceversa. I risultati mostrano che le donne possedevano un'importante somiglianza tra sé e l'ingroup lungo i tratti rilevanti del prototipo, ragion per cui hanno applicato un autostereotipo che era particolarmente elevato per le partecipanti che avevano valutato l'ingroup al Tempo 1: questa è la prova che le donne rappresentano sé stesse in modo deduttivo. L'insieme femminile ha palesato un'elevata appartenenza e identificazione col gruppo di genere facilitando il processo di autostereotipizzazione. Le donne hanno rilevato una sovrapposizione marcatamente maggiore tra la rappresentazione del sé e quella dell'ingroup lungo dimensioni stereotipate rispetto alle caratteristiche irrilevanti per il prototipo, identificandosi maggiormente con esse rispetto alla controparte maschile. Ma un fattore che deve essere analizzato con accortezza e sensibilità è l'adozione delle caratteristiche stereotipiche avvenuta sia sui tratti desiderabili che su quelli negativi. Inoltre, è affiorato un risultato molto importante per capire la struttura cognitiva dell'autostereotipo: coloro che partecipano a gruppi stigmatizzati possiedono la tendenza a dedurre le informazioni dall'ingroup al sé. Sottolineo il termine dedurre poiché significa che nelle donne si innesca un pensiero che le porta a concepirsi come membri intercambiabili della categoria: io sono come le altre donne, io sono come il mio gruppo. Latrofa e gli altri ricercatori hanno scoperto che la mentalità degli uomini è più improntata a una rappresentazione induttiva. In più i maschi

sovrapponevano in maniera inferiore la rappresentazione del sé e quella della propria categoria.

Con questi risultati è possibile affermare che le donne nel processo di autostereotipizzazione ereditano perfino gli attributi negativi, oltre che quelli positivi. Riprendendo le evidenze proposte da Simon e Hamilton, un gruppo a basso status facilita l'autostereotipizzazione indipendentemente dalla valenza, conveniente o meno, dei tratti prototipici: se nell'esperimento del contesto sociale vi era la scenografia del livello di estroversione, nella realtà interattiva le donne potrebbero assumere un pregiudizio di genere negativo solo perché narrato da una voce considerata di elevazione sociale più forte. Questo ragionamento si smarca dalla convinzione per cui identificarsi con il prototipo di gruppo è un'azione che ha il fine di mantenere un'immagine positiva della propria persona, una strategia mentale che prende il nome di *self-enhancement* ovvero la tendenza a preferire informazioni positive piuttosto che negative riguardo a sé stessi con lo scopo di mantenere o aumentare la propria autostima. Allinearsi con un'immagine di un collettivo che nella coscienza comune è stigmatizzato appare insensato perché controproducente; eppure, è quanto accade nelle donne o anche negli omosessuali e nei meridionali: insieme i cui componenti spesso affermano vigorosamente l'appartenenza a queste comunità. Inizialmente può sembrare controproducente, ma in realtà l'autostereotipizzazione possiede delle finalità che supportano l'azione sociale. Infatti, Latrofa ed i collaboratori descrivono che una funzione dell'autostereotipo è la sua qualità di affermare l'identità sociale in tutte le sue declinazioni.

Da quanto è emerso fino ad ora sembra che il fenomeno dell'autostereotipo nella categoria di genere femminile abbia lo scopo di motivare le sue partecipanti ad aumentare propria somiglianza con l'ingroup, assumendone i tratti comunemente affibbiati, poiché ridurrebbe l'angoscia di far parte di una comunità discriminata. Questa evidenza concorda con i risultati di un'ulteriore ricerca di Latrofa (Latrofa, Vaes, Pastore, Cadinu 2009) che indaga la proprietà compensatoria che l'autostereotipo opera nel mantenimento del benessere psicologico per coloro che fanno parte di gruppi di basso status, spesso protagonisti di ingiustizie. L'idea dei ricercatori è che l'autostereotipo possa essere una strategia per controbattere gli atteggiamenti avversivi dovuti all'appartenenza in un ingroup stigmatizzato. La possibilità dell'ausilio supportivo è introdotta nella previsione che a fronte di un'eventuale discriminazione, la persona succube dello stigma

aumenterebbe l'identificazione con l'ingroup per sentirsi accettato e partecipe di un ente, motivo per il quale l'attore ricostruisce la rappresentazione di sé avvalendosi dei tratti stereotipati dell'ingroup per affrontare l'attacco subito. Questa possibilità era già contemplata dagli psicologi sociali; infatti, è stato dimostrato che la minaccia rivolta all'ingroup incrementava l'identificazione degli individui appartenenti alla categoria sociale vittima di discriminazione. Tale idea è stata sviluppata in studio che vedeva protagonisti gli afroamericani, i quali di fronte ad un attacco rivolto alla propria comunità reagivano con una maggiore identificazione, la quale correlava positivamente con il benessere psicologico (Branscombe, Schmitt, Harvey, 1999). Espandendo questa asserzione, Latrofa ha eseguito uno studio per confermare l'ipotesi che le persone sulle quali agisce uno stigma aumentino l'identificazione con l'ingroup attribuendo al sé l'immagine prototipica della categoria a cui appartengono. A questo punto è importante demarcare la differenza tra identificazione e autostereotipizzazione: la prima è la percezione di apprezzamento e d'impegno nell'ingroup, quindi riflette l'affiliazione tra la persona e la sua comunità mentre l'autostereotipo è la definizione del sé con le rappresentazioni generalizzate del proprio insieme sociale.

Lo studio di Latrofa vede come partecipanti 167 liceali che per l'effetto dell'autocategorizzazione si identificarono meridionali; gli studenti dovevano completare un questionario focalizzato sulle percezioni di sé e dell'appartenenza al gruppo. Il ruolo reattivo e compensatorio guidato dall'autostereotipo è stato rilevato da sei indici: affetto positivo, affetto negativo, inclusione, autostima, soddisfazione della vita e depressione. L'esito della ricerca mostra che negli abitanti del Sud alberga l'impressione di subire una discriminazione e più era impattante tale presagio di minaccia a livello personale, minore era il livello di benessere psicologico. Per ovviare alle complessità l'agente aumentava l'identificazione con l'ingroup che correlava positivamente con una maggiore autostereotipizzazione: quanto più il livello di autostereotipizzazione è alto, tanto maggiore è il benessere psicologico. Pertanto, si evince la strategia utilizzata per maneggiare situazioni sfavorevoli da coloro che sentono di appartenere ad un ingroup di basso status: oltre ad innalzare il livello di identificazione con la propria categoria di riferimento, essi si attribuiscono le immagini stereotipiche del collettivo. I ricercatori concludono che maggiore è la dimensione identificativa con il collettivo stigmatizzato, maggiore sarà l'emersione dell'autostereotipo; perciò, i due processi coesistono e

collaborano nell'affrontare pregiudizi e stereotipi negativi che gravano su alcune categorie della nostra società. Di fatto è necessario un aumento dell'identificazione con l'ingroup per accendere l'autostereotipo, il quale compensa le sensazioni minatorie dell'affronto.

Se una donna si identifica con la categoria di genere e si attribuisce i tratti prototipici, compresi quelli negativi come dimostrato, si può supporre che l'autostereotipo conduca all'affermazione della propria identità come membro di un ingroup a basso status, il che genera dei risvolti positivi per la persona. La funzione insita di questo processo è la motivazione delle donne di acuire la somiglianza con lo stereotipo femminile, comprese perfino le peculiarità negative, in modo tale da evitare un senso di solitudine o le ripercussioni di un pregiudizio; non a caso per le donne e per gli attori coinvolti in gruppi a basso status l'identità sociale appare più saliente. Inoltre, in uno studio già citato di Cadinu e Galdi (2012), è stata dimostrata l'automaticità della stereotipizzazione del sé che è mossa da atteggiamenti impliciti, i quali sono favoriti da una carente posizione sociale occupata dalle donne.

Conclusioni

Si è visto come l'autostereotipo possieda la qualità benefica di sostenere il benessere psicologico delle donne dinanzi a situazioni di disagio. Il contributo supportivo nel mantenimento di una vita intrapsichica ottimale può essere declinato in diverse finalità: riduzione dello stress causato dalla differenza di genere, salvaguardia dell'identità personale e grupale, oltre che l'incremento del senso di unione utile a combattere l'inquietudine di dover fronteggiare situazioni spiacevoli in solitaria. L'autostereotipo è quindi uno strumento valido per gestire gli effetti delle discriminazioni ma potrebbe diventare un'arma a doppio taglio: l'ottima strategia di definire il sé adottando le peculiarità generalizzate della propria categoria può diventare controproducente qualora la fonte da cui attingere le rappresentazioni, ossia l'ingroup, sia inquinata. Di fatto è stato esposto che chiunque si identifichi nella comunità femminile potrebbe attribuirsi sia specificità positive che negative nel processo di autostereotipizzazione (Latrofa et al, 2010); nel secondo caso questo meccanismo psicologico può mutarsi in una trappola se la definizione del sé avviene con dei canoni deleteri come spesso accade, dato che i significati offerti alle donne per descriversi sono spesso pregni di maschilismo. Quest'ultimo si è annidato in modo organico nei nostri comportamenti, pensieri e atteggiamenti perché è una delle basi su cui si è edificata la nostra cultura, ed esso è costantemente alimentato da tutte e tutti, in modo perfino involontario. Il genere non può essere un denominatore che comporta severi effetti nell'esistenze delle persone perché è banalmente ingiusto.

Per ovviare a questa situazione asimmetrica e avvicinarci all'uguaglianza di genere è necessario un cambiamento, e il cambiamento si ottiene tramite azioni collettive. *Collective action* è un termine volto a indicare un'azione perseguita da un gruppo di persone in risposta a situazioni sfavorevoli. Lo psicologo van Zomeren si è interessato a questo fenomeno ed egli suggerisce che una prassi sociale può avvalersi dell'appellativo "collettivo" quando gli attori coinvolti agiscono in qualità di membri di una comunità che ha il fine di risolvere delle contingenze svantaggiose. Con la collaborazione di altri ricercatori, van Zomeren ha descritto il modello dell'identità sociale dell'azione collettiva (van Zomeren, Postmes & Spears, 2008), detto SIMCA, il cui principio base è che una maggiore reazione comunitaria contro la discriminazione accade quando le persone si

identificano maggiormente con il gruppo svantaggiato. Esempi lampanti di azioni collettive sono le manifestazioni in cui sono fortemente accentuate le quattro motivazioni necessarie di un'azione collettiva che van Zomeren ha individuato nelle sue ricerche sulle proteste. Le quattro fondamenta che spingono le persone a perseguire questo genere di eventi comunitari sono: l'identità di gruppo, la morale ovvero i valori in cui gli agenti credono e in cui si rappresentano, la rabbia verso l'ingiustizia che è il fattore scatenante di una risposta reazionaria, e infine vi è l'efficacia ossia la percezione di riuscire a raggiungere gli obiettivi (van Zomeren, 2013). Tutti questi quattro cardini dell'azione collettiva si palesano nei movimenti di femministi, specialmente i primi due che sono considerati i cuori pulsanti della volontà di modificare lo status quo, ma ipoteticamente anche di conservarlo perché le proteste possono essere mosse da un desiderio di mantenimento di certe tradizioni o condizioni sociali. Per diminuire le possibilità di un'autostereotipizzazione femminile con tratti repressivi e imparziali è necessario l'abbandono di abitudini patriarcali e modificare le rappresentazioni attuali di donna dato che sono pervase di maschilismo: solo se tutta la comunità è orientata verso la stessa direzione quest'ambizione, che può apparire utopistica, diventa realizzabile. Un proseguo della ricerca potrebbe essere l'analisi di azioni collettive che mirano a debellare l'asimmetria tra uomo e donna, come ad esempio capire quali sono i moti da assecondare per eliminare questa disparità o la promozione di comportamenti virtuosi che possano sanare il divario.

In fondo gli usi e costumi che tarpano le ali all'uguaglianza di genere non sono altro che narrazioni vigenti nella nostra civiltà. Si prenda in considerazione l'esperimento di Spencer, Steele e Quinn focalizzato sullo *stereotype threat*: se, come da stereotipo, veniva ribadito lo scarto qualitativo tra uomo e donna nella risoluzione di compiti matematici, le partecipanti performavano in modo peggiore rispetto alla categoria maschile; ma se non era accennato lo squilibrio, i risultati dei due gruppi erano pressoché identici (Spencer, Steele & Quinn, 1999). Questo sta a significare che molti pregiudizi e stereotipi non sono altro che sovrageralizzazioni di credenze socialmente e culturalmente costruite, che le donne potrebbero assecondare e perpetuare. Quindi, annullare il sessismo comporterebbe una situazione egualitaria nello status dei due generi, e di conseguenza anche nell'autostereotipo poiché le donne abbandonerebbero consuetudini che in realtà non le

appartengono, o potrebbero intraprendere scenari di cui sono portate giungendo alla parità di genere.

Vygotskij concepiva le forme di conoscenza definite culturalmente e storicamente, vale a dire che le lenti con le quali leggiamo e codifichiamo la realtà non sono assolute; quindi, ogni forma di conoscenza ha un suo valore contingente ossia informe, malleabile. Assumendo questa prospettiva, un'evoluzione delle considerazioni che abbiamo di uomo e donna è possibile, e si sta azionando, ma è necessario l'apporto di ogni persona. La scuola storicoculturale, che fa riferimento al pensatore sovietico, rileva il pensiero come un dialogo condiviso ed internalizzato tra i valori e i membri di una comunità. È stato esposto che un fattore degli atteggiamenti, i quali motivano i comportamenti, è per l'appunto il pensiero e per migliorarlo è necessario l'impegno di tutta la società con azioni collettive. Solo allora potremmo ritenere l'autostereotipo da parte delle donne una strategia delle valenze puramente positive ed efficaci. Questa riflessione sul cambiamento mi ricorda l'ultima pagina di un noto libro che si intitola "Dovremmo essere tutti femministi" di Chimamanda Ngozi Adichie che scrisse: "Femminista è un uomo o una donna che dice sì, esiste un problema con il genere così come è concepito oggi e dobbiamo risolverlo, dobbiamo fare meglio. Tutti noi, donne e uomini, dobbiamo fare meglio"

Bibliografia

- Adichie, C. N. (2015). *Dovremmo essere tutti femministi*. Torino: Giulio Einaudi Editore.
- Allport, G. W. (1935). Attitudes. In *A Handbook of Social Psychology* (pp. 798–844). Clark University Press.
- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Addison-Wesley.
- Arcuri, L., & Cadinu, M. R. (2011). *Gli stereotipi* (pp. 1-238). Il mulino.
- Aronson, J., Quinn, D. M., & Spencer, S. J. (1998). Stereotype threat and the academic underperformance of minorities and women. In *Prejudice* (pp. 83-103). Academic Press.
- Ashmore, R. D., Del Boca, F. K., & Hamilton, D. L. (1981). Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior. *Conceptual approaches to stereotypes and stereotyping*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529.
- Bodenhausen, G. V., & Macrae, C. N. (1996). The self-regulation of intergroup perception: Mechanisms and consequences of stereotype suppression. In *Stereotypes and stereotyping*. Guilford.
- Branscombe, N. R., Schmitt, M. T., & Harvey, R. D. (1999). Perceiving pervasive discrimination among African Americans: Implications for group identification and well-being. *Journal of personality and social psychology*, 77(1), 135.
- Cadinu, M., Galdi, S., Latrofa, M., & Arcuri, L. (2009). Autostereotipizzazione implicita nei gruppi a basso status sociale: omosessuali e donne lo fanno più degli outgroup ad alto status. In *atti del congresso*.

- Cadinu, M., & Galdi, S. (2012). Gender differences in implicit gender self-categorization lead to stronger gender self-stereotyping by women than by men. *European Journal of Social Psychology, 42*(5), 546-551.
- Cadinu, M., Galdi, S., & Maass, A. (2013). Chameleonic social identities: Context induces shifts in homosexuals' self-stereotyping and self-categorization. *European Journal of Social Psychology, 43*(6), 471-481.
- Cadinu, M., Latrofa, M., & Carnaghi, A. (2013). Comparing Self-stereotyping with In-group-stereotyping and Out-group-stereotyping in Unequal-status Groups: The Case of Gender. *Self and Identity, 12*(6), 582-596.
- Correll, J., & Park, B. (2005). A model of the ingroup as a social resource. *Personality and Social Psychology Review, 9*(4), 341-359.
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of personality and social psychology, 56*(1), 5.
- Fazio, R. H. (1986). How do attitudes guide behavior. *Handbook of Motivation and Cognition: Fountains of Social Behavior/Lawrence Erlbaum Associates.*
- Fiske, S. T. (1993). Social cognition and social perception. *Annual review of psychology, 44*(1), 155-194.
- Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological review, 102*(1), 4.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: the implicit association test. *Journal of personality and social psychology, 74*(6), 1464.
- Greenwald, A. G., & Farnham, S. D. (2000). Using the implicit association test to measure self-esteem and self-concept. *Journal of personality and social psychology, 79*(6), 1022.
- Guizzo, F., & Cadinu, M. R. (2014). Autostereotipizzazione: una questione di status sociale. *THE INQUISITIVE MIND, 6.*

- Hogg, M. A., & Turner, J. C. (1987). Intergroup behaviour, self-stereotyping and the salience of social categories. *British Journal of Social Psychology*, 26(4), 325-340.
- Jost, J. T., Banaji, M. R., & Nosek, B. A. (2004). A decade of system justification theory: Accumulated evidence of conscious and unconscious bolstering of the status quo. *Political psychology*, 25(6), 881-919.
- Jost, J. T. (2020). *A theory of system justification*. Harvard University Press.
- Latrofa, M., Vaes, J., Pastore, M., & Cadinu, M. (2009). “United we stand, divided we fall”! The protective function of self-stereotyping for stigmatised members’ psychological well-being. *Applied Psychology: An International Review*, 58(1).
- Latrofa, M., Vaes, J., Cadinu, M., & Carnaghi, A. (2010). The cognitive representation of self-stereotyping. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(7), 911-922.
- Latrofa, M., Vaes, J., & Cadinu, M. (2012). Self-stereotyping: the central role of an ingroup threatening identity. *The Journal of social psychology*, 152(1), 92-111.
- Lippmann, W. (1922) *Public opinion*. New York: Macmillan.
- Lorenzi-Cioldi, F. (1991). Self-stereotyping and self-enhancement in gender groups. *European Journal of Social Psychology*, 21(5), 403-417.
- Mullen, B. (1991). Group composition, salience, and cognitive representations: The phenomenology of being in a group. *Journal of Experimental Social Psychology*, 27(4), 297-323.
- Ridgeway, C. L. (2001). Social status and group structure. *Blackwell handbook of social psychology: Group processes*, 352-375.
- Sidanius, J., & Pratto, F. (1999). Social dominance theory. *Handbook of theories of social psychology*, 2.
- Simon, B., & Hamilton, D. L. (1994). Self-stereotyping and social context: the effects of relative in-group size and in-group status. *Journal of personality and social psychology*, 66(4), 699.

Snyder, M. (1981). On the self-perpetuating nature of social stereotypes. In D. L. Hamilton (Ed.), *Cognitive Processes in Stereotyping and Intergroup Behavior*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Spencer, S. J., Steele, C. M., & Quinn, D. M. (1999). Stereotype threat and women's math performance. *Journal of experimental social psychology*, 35(1), 4-28.

Tajfel, H., & Wilkes, A. L. (1963). Classification and quantitative judgement. *British journal of psychology*, 54(2), 101-114.

Tajfel, H. (1969). Cognitive aspects of prejudice. *Journal of biosocial science*, 1(S1), 173-191.

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge, England: Cambridge University Press.

Tajfel, H. & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds), *The Psychology of Intergroup Relations*. Chicago: Nelson-Hall.

Turner, J. C., Brown, R. J., & Tajfel, H. (1979). Social comparison and group interest in ingroup favouritism. *European journal of social psychology*, 9(2), 187-204.

Turner, J.C., Hogg, M.A., Oakes, P.J., Reicher, S.D., & Wetherell, M.S. (1987). Re-discovering social group. A Self-categorization Theory. Cambridge, Basil Blackwell

Van Zomeren, M. (2013). Four core social-psychological motivations to undertake collective action. *Social and Personality Psychology Compass*, 7(6), 378-388.

Van Zomeren, M., Postmes, T., & Spears, R. (2008). Toward an integrative social identity model of collective action: a quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological bulletin*, 134(4), 504.

Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of personality and social psychology*, 9(2p2), 1.