UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata (FISPPA)

Corso di laurea in Scienze psicologiche sociali e del lavoro

Tesi di laurea triennale

Il peso delle parole: l'influenza del linguaggio nella formazione di atteggiamenti e pregiudizi

The power of words: the influence of language on the formation of attitudes and prejudices

Relatrice
Prof.ssa Caterina Suitner

Laureando
Tommaso Mocellin

Matricola
2074347

Anno Accademico 2024/2025

INDICE

ABSTRACT 2
CAPITOLO 1: 3
IL COSPIRAZIONISMO 3
1.1 Quadro storico 3
1.2 Definizioni 3
1.3 Sviluppo delle teorie cospirazioniste 4
1.4 Diffusione delle teorie cospirazioniste 5
1.5 Stigmatizzazione dei soggetti cospirazionisti 6
1.6 Gli atteggiamenti 7
CAPITOLO 2: 9
IL LINGUAGGIO E LE ETICHETTE SOCIALI 9
2.1 Il linguaggio 9
2.2 L'etichettamento 10
2.3 Effetti dell'etichettamento 10
2.4 Stereotipi e Pregiudizi 11
2.5 La ricerca 12
CAPITOLO 3: 13
METODO 13
3.1 Partecipanti 13
3.2 Questionario 13
3.3 Variabili 14
3.3.1 Feeling Thermometer 14
3.3.2 IOS Scale 15
3.3.3 Checklist Traits 15
3.3.4 GCB Scale 15
CAPITOLO 4: 17
RISULTATI 17
4.1 Sentimenti nei confronti di Alex 17
4.2 Vicinanza provata verso Alex 19
4.3 Aggettivi usati per descrivere Alex 20
4.4 Genere di Alex 21
CONCLUSIONE 23
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI 24

ABSTRACT

Qual è il vero peso delle parole? Il linguaggio è in grado di influenzare il modo in cui percepiamo e valutiamo le altre persone? In questo elaborato, dopo alcuni accenni teorici sul cospirazionismo, sulla formazione degli atteggiamenti e sulle etichette linguistiche, andremmo ad analizzare i risultati di un questionario condotto tramite la piattaforma *Qualtrics*, che ha coinvolto 175 partecipanti mediante un campionamento a valanga. Ai partecipanti, divisi randomicamente in tre gruppi, venivano presentate la descrizione di un individuo etichettato esplicitamente come "complottista", la descrizione di un individuo complottista senza esplicitare l'etichetta ma descrivendo i suoi sentimenti nei confronti delle cospirazioni e, infine, la stessa descrizione generica degli individui precedenti ma senza alcun riferimento al cospirazionismo. Attraverso alcune scale di misura, il compito dei partecipanti era quello di esprimere i loro sentimenti e il loro grado di vicinanza verso l'individuo presentato, oltre a fornirne una breve descrizione, scegliendo da una lista una serie di aggettivi. È stata poi misurata la tendenza al pensiero cospirazionista dei partecipanti attraverso la GCBS. Dai risultati emergono delle differenze tra la condizione di controllo e le due condizioni che fanno riferimento al complottismo, sia nei sentimenti provati verso l'individuo presentato, che nella scelta degli aggettivi usati per descriverlo. Si nota anche una correlazione tra un alto punteggio nella GCBS e una valutazione più positiva di individui descritti come cospirazionisti.

CAPITOLO 1:
IL COSPIRAZIONISMO

1.1 Quadro storico

Le teorie cospirazioniste hanno sempre accompagnato l'uomo nel corso della sua storia. Già ai tempi dell'Antica Roma infatti, si possono trovare dei primi esempi di questo fenomeno. Dopo l'incendio di Roma nel 64 d.C. si sparse la voce che era stato l'allora imperatore Nerone ad appiccare il fuoco, in modo da poter ricostruire la città a suo piacimento. Nerone allora, per difendersi, incolpò i cristiani dell'accaduto, diffondendo l'idea che erano stati loro a causare l'incendio e questo portò a numerose persecuzioni e uccisioni. Nel medioevo, invece, erano molto diffuse alcune teorie che vedevano la comunità ebraica come la responsabile di guerre o malattie e più in generale di cospirazioni contro la società. Nel periodo della seconda rivoluzione industriale, con le rapide e continue trasformazioni sociali, economiche e tecnologiche, cominciano a diffondersi diverse narrazioni complottiste, soprattutto nella classe operaia. Nel '900, durante la guerra fredda, si assiste ad una importante circolazione di pensieri cospirazionisti e di teorie complottiste, soprattutto a causa di una forte paura che il nemico potesse infiltrarsi all'interno della propria società. Negli anni successivi, in seguito a scandali reali (es. Watergate) o ad eventi traumatici, come ad esempio l'assassinio del presidente americano John F. Kennedy o l'attacco alle torri gemelle del 9 settembre 2001, le teorie cospirazioniste cominciano a proliferare in maniera sempre più rapida ed efficace e la progressiva diffusione di internet e dei social media amplifica ancora di più la loro visibilità. Eventi recenti come crisi finanziarie, pandemie, guerre, cambiamento climatico, attacchi terroristici, generano sempre di più questo genere di teorie, spesso individuando il colpevole nelle agenzie governative e in figure potenti e influenti. Tuttavia, non sarebbe corretto dire che lo sviluppo della comunicazione di massa attraverso i social media abbia portato ad un aumento del numero di teorie cospirazioniste. Questi strumenti, infatti, aumentano la visibilità e non la frequenza. Ma come si possono definire le teorie cospirazioniste?

1.2 Definizioni

Prima di spiegare come e perché nascono queste teorie, è necessario darne una definizione. Le teorie cospirazioniste sono tentativi di spiegare le cause ultime di eventi e circostanze sociali e politiche significative attraverso l'affermazione dell'esistenza di

complotti segreti organizzati da due o più attori potenti (Aaronovitch, 2010; Byford, 2011; Coady, 2006; Dentith & Orr, 2017; Keeley, 1999). Mentre una cospirazione si riferisce a una reale catena causale di eventi, una teoria cospirazionista si riferisce a un'accusa di cospirazione che può essere vera o falsa. Le credenze cospirazioniste si riferiscono alle credenze in una specifica teoria del complotto o in un insieme di teorie del complotto. Questo aspetto ha portato all'ipotesi che esista una tendenza al pensiero cospirazionista o ad una mentalità cospirazionista. Questa idea deriva in gran parte dalla considerazione che le persone che credono già in particolari teorie tendono a credere anche in altre, anche se non direttamente collegate. Ciò potrebbe indicare una tendenza di fondo, presente in alcune persone, a preferire spiegazioni complottiste a causa di un pregiudizio nei confronti di gruppi potenti e malvisti, nonché delle versioni ufficiali (Wood, Douglas e Sutton, 2012; vedi anche Imhoff & Lamberty, 2018). Con il termine cospirazionista, invece, si intende un individuo che crede in una particolare teoria cospirazionista o ha una forte tendenza al pensiero cospirazionista.

1.3 Sviluppo delle teorie cospirazioniste

Ma perché si sviluppano le teorie cospirazioniste? Secondo Douglas, Sutton e Cichocka (2017), le persone sembrano essere attratte dalle teorie cospirazioniste quando queste teorie, rispetto a spiegazioni non complottistiche, promettono di soddisfare importanti motivazioni psicologiche sociali, che possono essere classificate come epistemiche (ad es., il desiderio di comprensione, accuratezza e certezza soggettiva), esistenziali (ad es., il desiderio di controllo e sicurezza) e sociali (ad es., il desiderio di mantenere un'immagine positiva di sé o del proprio gruppo). Per quanto riguarda le motivazioni epistemiche, le teorie del complotto sembrano offrire spiegazioni ampie e internamente coerenti che permettono alle persone di preservare le proprie convinzioni di fronte all'incertezza e alla contraddizione. Coerentemente con questa analisi, la ricerca suggerisce che la credenza nelle teorie del complotto sia più forte in condizioni di incertezza (van Prooijen & Jostmann, 2013). Inoltre, la credenza in tali teorie appare più forte quando le persone percepiscono schemi in ciò che è in realtà casuale (van Prooijen, Douglas, & de Inocencio, 2018; van der Wal, Sutton, Lange, & Braga, 2018; Whitson & Galinsky, 2008; ma si veda anche Dieguez, Wagner-Egger, & Gauvrit, 2015). Nel complesso, è dimostrato che le teorie cospirazioniste sembrano attrarre individui che cercano accuratezza e/o significato, ma che forse non dispongono degli strumenti

cognitivi necessari o non hanno sufficiente esperienza per trovare tali elementi attraverso mezzi più razionali. Sul piano esistenziale, le persone possono ricorrere alle teorie cospirazioniste quando i loro bisogni esistenziali sono minacciati, come strategia per compensare tali minacce (Douglas et al., 2017). Ad esempio, le persone con scarsi livelli di autonomia e controllo percepito possono recuperare una certa sensazione di controllo credendo nelle teorie del complotto, poiché queste offrono l'opportunità di rifiutare le narrazioni ufficiali e permettono di sentire di possedere un resoconto migliore. Infine, per quanto riguarda le spiegazioni sociali, si parte dal presupposto che le persone hanno generalmente bisogno di mantenere un'immagine positiva di sé, e le teorie del complotto possono contribuire a sostenere questa immagine. È possibile, inoltre, che le teorie del complotto permettano alle persone di sentirsi in possesso di informazioni rare e importanti che gli altri non hanno, facendole sentire speciali e quindi rafforzando la loro autostima. Le persone hanno anche un forte bisogno di sentirsi positive riguardo ai gruppi di appartenenza, come la propria nazionalità, i partiti politici e i gruppi religiosi. La convinzione che gli altri cospirino contro il proprio gruppo è più probabile che emerga quando il gruppo si percepisce come svalutato, svantaggiato o minacciato (Uscinski & Parent, 2014). Le teorie del complotto sono quindi collegate a modalità difensive di identificazione con il proprio gruppo sociale e le ricerche sul ruolo dell'identificazione sociale sottolineano che sentimenti di marginalizzazione e minaccia, nel contesto delle relazioni internazionali, possono favorire lo sviluppo di teorie cospirazioniste che giustificano la posizione svantaggiata del proprio gruppo (Uscinski & Parent, 2014). Per concludere, la ricerca sulla psicologia delle teorie cospirazioniste suggerisce che motivazioni epistemiche, esistenziali e sociali guidano la credenza nei complotti. Se queste motivazioni psicologiche vengano effettivamente soddisfatte dalle teorie del complotto è un'altra questione, e le ricerche suggeriscono che non lo siano, e che tali teorie possano anzi causare più danni che benefici (Douglas et al., 2017).

1.4 Diffusione delle teorie cospirazioniste

C'è stata molta preoccupazione su come alcuni mezzi di comunicazione, su tutti Internet, possano favorire la diffusione delle teorie cospirazioniste (Southwell, Thorson, & Sheble, 2018). Sebbene alcuni suggeriscano che queste teorie prosperino nell'era digitale (Morello, 2004), altri sostengono che la questione non sia così semplice (Uscinski, Atkinson, & DeWitt, 2018; Klein, Clutton, & Polito, 2018). Clarke (2007) ha affermato

che, per quanto Internet possa facilitare la diffusione rapida di un maggior numero di teorie del complotto, ciò non significa necessariamente che favorisca anche lo sviluppo di tali teorie. Sostiene, infatti, che Internet potrebbe addirittura avere l'effetto opposto, cioè limitare la diffusione delle teorie cospirazioniste, poiché miliardi di voci potenzialmente critiche sono disponibili per confutare immediatamente questo tipo di affermazioni attraverso prove. Non ci sono prove che le persone oggi siano più inclini al pensiero cospirazionista rispetto a prima dell'invenzione di Internet. Pertanto, non si può affermare con certezza che ci sia stato un aumento complessivo della tendenza a credere nelle teorie del complotto, né tantomeno che lo sviluppo digitale sia responsabile di un tale aumento. Inoltre, Internet è tutt'altro che l'unico mezzo attraverso cui vengono diffuse le teorie cospirazioniste. I media tradizionali espongono regolarmente il pubblico a queste teorie (Stempel et al., 2007; Stieger et al., 2013). Altri mezzi includono il cinema, settore in cui esiste un genere riconosciuto noto come "cinema del complotto" (Dorfman, 1980; Jameson, 1992), e la televisione (Arnold, 2008; Letort, 2017). L'esposizione alle teorie del complotto attraverso questi mezzi aumenta la predisposizione a credervi (es. Butler et al., 1995; Mulligan & Habel, 2013; Robertson, 2015) ed è fonte di intrattenimento per coloro che già credono in esse (Nera, Pantazi, & Klein, 2018).

1.5 Stigmatizzazione dei soggetti cospirazionisti

Alcuni studiosi affermano esplicitamente che proporre una teoria cospirazionista come spiegazione è stigmatizzato nella nostra società (Harambam & Aupers, 2015; Husting & Orr, 2007). In particolare, Husting e Orr (2007) sostengono che, nella sfera pubblica, il termine "teoria del complotto" sminuisce le spiegazioni delle persone, indipendentemente dalla qualità di tali spiegazioni. In questo senso, le teorie del complotto potrebbero essere viste come un "segno di squalifica narrativa" (Bratich, 2008, p. 4). Per Barkun (2016), le teorie cospirazioniste sono doppiamente stigmatizzate, poiché non solo vengono viste come forme di conoscenza invalide, ma anche come teorie sostenute da individui appartenenti ai margini della società. Dunque, non solo vengono screditate queste teorie, bensì anche le caratteristiche personali di chi le sostiene possono esserlo. Alcuni studiosi suggeriscono, infatti, che essere etichettati come "complottisti" trasmetta un'immagine negativa (Harambam & Aupers, 2015; Husting & Orr, 2007).

1.6 Gli atteggiamenti

Nel nostro studio, uno dei punti principali che andremo ad indagare è l'atteggiamento che le persone hanno nei confronti di individui definiti o descritti come cospirazionisti. Ma cosa sono gli atteggiamenti? Come si formano e soprattutto come si misurano?

Allport nel 1935 da questa definizione: "Un atteggiamento è uno stato mentale e neurologico di prontezza, organizzato attraverso l'esperienza, che esercita un'influenza direttiva o dinamica sulla risposta dell'individuo a tutti gli oggetti e le situazioni a cui si riferisce" (Gordon W. Allport, 1935). Nel *Modello Tripartito (ABC) degli Atteggiamenti*, teorizzato da Rosenberg e Hovland nel 1960, si sostiene che un atteggiamento sia composto da tre componenti fondamentali: la componente affettiva, ossia le emozioni e i sentimenti verso un qualsiasi oggetto di atteggiamento, la componente cognitiva, dunque le credenze e le opinioni verso quello stesso oggetto e, appunto, la componente comportamentale, ovvero la tendenza ad agire e a comportarsi in una determinata maniera. Successivamente, nel 1993, Eagly e Chaiken danno una nuova definizione di atteggiamento, che rimane tuttora la più utilizzata: "Un atteggiamento è una tendenza a valutare un'entità con un certo grado di favore o di sfavore ordinariamente espressa con risposte cognitive, affettive e comportamentali" (Eagly e Chaiken, 1993).

La formazione degli atteggiamenti è il risultato dell'apprendimento, dell'imitazione degli altri e delle nostre esperienze dirette con persone e situazioni. I ricercatori che si occupano del loro studio vogliono arrivare ad una loro comprensione attraverso l'utilizzo di principi scientifici. Il punto di partenza devono essere quindi l'osservazione e la misurazione. Bisogna allora capire cosa osservare e come attribuirgli dei valori numerici. Più concretamente, ci sono due motivi fondamentali per cui abbiamo bisogno di misure efficaci degli atteggiamenti, ovvero predire il comportamento e verificare se un atteggiamento cambia in seguito a una persuasione. Esistono poi due tecniche principali per misurare gli atteggiamenti: le tecniche di misura diretta e le tecniche di misura indiretta.

Le tecniche di misura diretta consistono sostanzialmente nel chiedere direttamente ad un individuo cosa ne pensa rispetto ad un determinato oggetto di atteggiamento, tra le quali possiamo trovare tecniche strutturate, che prevedono una risposta chiusa e forniscono al soggetto un determinato numero di opzioni di risposta, e tecniche non strutturate, che invece prevedono delle risposte aperte che permettono di descrivere i propri atteggiamenti

con parole proprie e di elaborare i propri pensieri. Tra le tecniche di misura diretta troviamo invece scale con un singolo item di risposta (favore o sfavore, accordo o disaccordo, feeling thermometer) e scale con più item di risposta (scala Thurstone, scala Likert, differenziale semantico).

Le tecniche di misura indiretta possono essere più utili delle misure dirette per rilevare atteggiamenti inconsci, detti atteggiamenti impliciti (Fazio & Olson, 2003; Petty, Wegener, & Fabrigar, 1997). Queste tecniche si basano su tempi di reazioni e associazioni automatiche (tecnica della lettera smarrita, tecnica dell'errore di scelta, priming valutativo, IAT). Un altro modo di misurare atteggiamenti impliciti prevede invece la misurazione attraverso risposte psicofisiologiche (EMG, ERP).

CAPITOLO 2:
IL LINGUAGGIO E LE ETICHETTE SOCIALI

2.1 Il linguaggio

Il linguaggio è una facoltà tipicamente umana e viene generalmente definito come un insieme di frasi di lunghezza finita, costruite utilizzando un insieme alfabetico finito, oppure, in termini di sintassi linguistica, costruite usando un insieme finito di simboli. È inoltre stato importante per la psicologia sociale perché rappresenta un mezzo vitale attraverso cui gli attori possono comunicare tra loro e quindi organizzare progetti comuni secondo schemi sociali preesistenti. Il linguaggio, in quanto mezzo più importante di comunicazione umana e fenomeno sociale, svolge numerose funzioni nella vita della società. Interessante notare come molti studiosi considerano le funzioni della lingua come fenomeno universale, ovvero funzioni comuni a tutte le lingue. I ricercatori del linguaggio hanno opinioni diverse sul numero e sulla natura delle funzioni linguistiche, ma quelle fondamentali sono la funzione comunicativa e la funzione cognitiva.

La funzione cognitiva del linguaggio è legata al fatto che la coscienza umana si realizza o si fissa nei segni linguistici. Rappresenta inoltre un mezzo per ottenere nuova conoscenza della realtà, in quanto svolge anche la funzione di formazione del pensiero. Le parole non solo esprimono i nostri pensieri, ma i pensieri stessi esistono nella forma delle parole, delle formulazioni verbali. Qualsiasi immagine o concetto della coscienza può essere realizzato da sé stessi o dagli altri solo se espresso in forma linguistica. La funzione cognitiva consente non solo di registrare i risultati dell'attività mentale e di usarli nella comunicazione, ma anche di conoscere il mondo. Il pensiero umano si sviluppa nelle categorie del linguaggio: quando si conoscono nuovi concetti, cose o fenomeni, si tende a nominarli.

Nella sfera della comunicazione, la funzione principale del linguaggio è quella comunicativa, in quanto permette all'individuo parlante di esprimere i propri pensieri e all'ascoltatore di comprenderli, di reagire, di memorizzarli e di cambiare i propri atteggiamenti e comportamenti. Il dialogo infatti rappresenta la forma più comune di influenza sociale e linguistica. Il linguaggio è inoltre un mezzo per esprimere il mondo interiore della persona: non si limita a trasmettere informazioni, ma esprime atteggiamenti, sentimenti, esperienze, emozioni. La comunicazione, in tutte le sue forme, tipologie e generi, consente all'individuo di accedere a un'esperienza sociale già

esistente, razionalizzata e sistematizzata dalle generazioni precedenti. Si può quindi affermare che il linguaggio, in quanto principale mezzo di comunicazione e unificazione tra le persone, regola le loro interazioni interpersonali e sociali, coordina le attività pratiche, partecipa alla formazione dei sistemi ideologici e delle diverse visioni del mondo.

2.2 L'etichettamento

La teoria dell'etichettamento sostiene che, sebbene il comportamento deviante possa inizialmente derivare da varie cause e condizioni, una volta che gli individui vengono etichettati o definiti come devianti, spesso affrontano nuovi problemi che derivano dalle reazioni proprie e altrui agli stereotipi negativi (stigma) associati a tale etichetta (Becker, 1963; Lemert, 1967). Questi problemi, a loro volta, possono aumentare la probabilità che il comportamento deviante diventi stabile e cronico. Essere etichettati può innescare processi che rafforzano o stabilizzano il comportamento deviante, indipendentemente dallo schema comportamentale e dalle condizioni sociali e psicologiche esistenti prima dell'etichettamento. Sebbene le etichette sociali costituiscano generalmente una parte del quadro culturale attraverso cui le persone definiscono e categorizzano il mondo sociale, le etichette devianti sono particolari in quanto rappresentano marchi stigmatizzanti. Le etichette devianti sono associate allo stigma, il che significa che la cultura dominante ha associato a esse immagini o stereotipi specifici e negativi (Link & Phelan, 2001). Questi stereotipi si manifestano nella cultura dominante in vari modi, ad esempio nei film, nei libri, nei mass media e persino nel linguaggio quotidiano (Becker, 1963; Goffman, 1963; Scheff, 1966). Questi individui etichettati tendono a essere messi da parte come se fossero fondamentalmente diversi dagli altri, e vengono associati a stereotipi di caratteristiche indesiderabili (Simmons, 1965–66). Becker (1963) ha sostenuto che lo status deviante può diventare uno "status dominante" per la persona; ovvero, le immagini negative associate all'etichetta deviante possono oscurare le altre qualità che una persona può avere.

2.3 Effetti dell'etichettamento

L'effetto dell'etichettamento sulla formazione del concetto di sé è stato inizialmente elaborato da Lemert (1967), il quale sostiene che l'immagine che l'individuo ha di sé sia plasmata dall'esperienza delle interazioni passate e presenti con gli altri. Sviluppando

questa idea, Matsueda (1992) sostiene che l'immagine di sé dell'individuo si forma attraverso un processo di valutazioni riflesse, cioè, gli individui formano il proprio concetto di sé sulla base dell'esperienza delle loro interazioni con gli altri. Le persone imparano a definirsi (chi sono, cosa fanno) in base a come percepiscono le attitudini degli altri nei loro confronti. Poiché le attitudini degli altri verso chi è definito come deviante sono influenzate da stereotipi negativi, questi individui possono interiorizzare aspettative stereotipate su sé stessi. Questa percezione di sé dal punto di vista degli altri può portare a un cambiamento del concetto di sé: la persona può iniziare a vedersi come un deviante, assumendo tale ruolo. Tuttavia, la percezione che si ha del giudizio altrui può influenzare il concetto di sé in modo diverso, a seconda dell'importanza situazionale attribuita a quelle opinioni. Inoltre, lo stigma legato all'etichettamento deviante, può generare processi che portano all'esclusione da relazioni con persone "convenzionali" e da opportunità legittime. Tali persone "convenzionali", inclusi coetanei, membri della comunità e figure importanti nell'accesso a opportunità di carriera, come insegnanti e datori di lavoro, possono rifiutare o svalutare la persona etichettata, influenzati da sentimenti di paura, sfiducia, senso di superiorità morale o dal timore di essere associati allo stigma.
L'etichettamento può portare anche a un ritiro sociale in quanto gli individui etichettati come devianti spesso si aspettano di essere svalutati o rifiutati dagli altri, finendo così per evitare situazioni in cui temono che la loro etichetta possa riattivare lo stigma. Tutto ciò fa sì che questo fenomeno possa progressivamente compromettere i legami sociali nel corso del tempo. L'etichettamento deviante può infatti portare al coinvolgimento in gruppi devianti (Becker, 1963; Braithwaite, 1989), in quanto tali gruppi rappresentano una fonte di supporto sociale in cui le etichette vengono accettate, offrendo al tempo stesso razionalizzazioni collettive, atteggiamenti e opportunità che incoraggiano e facilitano tale comportamento.

2.4 Stereotipi e Pregiudizi

Gli psicologi sociali si sono a lungo interessati agli stereotipi e ai pregiudizi, concetti che vengono solitamente considerati strettamente interconnessi. Allport, nel 1954, definisce il pregiudizio come "un'antipatia fondata su una generalizzazione falsa e inflessibile" (Gordon W. Allport, 1954). Secondo alcune teorie, uno stereotipo invece rappresenta la componente cognitiva degli atteggiamenti pregiudizievoli (Harding, Proshansky, Kutner e Chein, 1969; Secord & Backman, 1974). Molti teorici classici e contemporanei hanno

suggerito che il pregiudizio sia una conseguenza inevitabile dei processi ordinari di categorizzazione (stereotipizzazione) (Allport, 1954; Billig, 1985; Ehrlich, 1973; Hamilton, 1981; Tajfel, 1981). L'argomentazione di base della prospettiva dell'inevitabilità del pregiudizio è che, finché esisteranno stereotipi, seguirà anche il pregiudizio. Questo approccio suggerisce che gli stereotipi vengano applicati automaticamente, o euristicamente, ai membri del gruppo stereotipato. In sostanza, la conoscenza di uno stereotipo viene equiparata al pregiudizio nei confronti del gruppo. Tuttavia, sebbene una persona possa avere conoscenza di uno stereotipo, le sue convinzioni personali possono essere coerenti o meno con esso. Inoltre, non ci sono prove solide che la conoscenza di uno stereotipo su un gruppo implichi automaticamente un pregiudizio verso quel gruppo. Stereotipi e credenze personali, infatti, sono strutture cognitive concettualmente distinte, per quanto possano condividere alcune caratteristiche.

2.5 La ricerca

Attraverso un questionario condotto nella piattaforma online Qualtrics, siamo andati ad indagare se esiste un effetto del linguaggio nella formazione di atteggiamenti e opinioni su soggetti descritti come complottisti. Ci aspettiamo che etichettare un individuo esplicitamente come complottista o descriverlo come tale, possa attivare una serie di pregiudizi che condizionano i sentimenti e la vicinanza provata verso questo soggetto e la percezione che se ne ha.

CAPITOLO 3:
METODO

3.1 Partecipanti

Al questionario online hanno risposto 235 partecipanti di lingua italiana reclutati tramite campionamento a valanga. Dal campione iniziale, sono stati esclusi tutti coloro che non avevano portato a termine il questionario (n=49) e tutti coloro che avevano negato il consenso finale per l'analisi e il trattamento dei dati (n=6). Inoltre, sono state rimosse le anteprime, o preview, ovvero quei tentativi di compilazione del questionario prima della sua pubblicazione (n=5). Il campione finale è dunque composto da 175 partecipanti (105 donne, 67 uomini e 3 individui che hanno preferito non specificare il loro genere). L'età dei partecipanti è compresa tra i 18 e i 90 anni (M=37.86; SD=16.11). Il 64% del campione è composto da lavoratori dipendenti o da liberi professionisti, mentre circa il 27% da studenti o da studenti lavoratori. Il retante 9% si divide tra disoccupati (n=2) e persone che svolgono attività non specificate (n=16). La maggior parte dei partecipanti ha ottenuto un diploma di scuola superiore (n=98) e 64 di essi risultano in possesso di un titolo di studio pari o superiore alla laurea triennale. I restanti 13 hanno ottenuto solamente la licenza media o elementare. È stato chiesto loro di indicare il loro orientamento politico su una scala che va da 0 (sinistra) a 100 (destra) ed è risultato che la loro posizione politica era lievemente orientata a sinistra (M=48.77; SD=23.36). Si è poi indagata la percezione che gli individui avevano rispetto alla condizione del proprio nucleo familiare e alla loro condizione sociale in confronto alla media italiana attraverso una scala di risposta che va da 0 (molto peggio) a 100 (molto meglio). È emerso che, generalmente, i partecipanti sentono che la propria famiglia stia un po' meglio rispetto al nucleo familiare medio (M=61.42; SD=14.84) e che la loro condizione sociale sia leggermente superiore rispetto alla classe sociale italiana (M=62.15: SD=15.69).

3.2 Questionario

Il questionario è stato condotto sulla piattaforma online *Qualtrics*. Dopo aver brevemente spiegato lo scopo della ricerca, ai partecipanti sono stati forniti i termini e le condizioni generali del questionario. A questo punto, dopo aver dato un primo consenso alla partecipazione e al trattamento dei dati, i partecipanti avevano il compito di creare un codice alphanumerico, formato dalle prime due lettere del proprio nome (in maiuscolo), le ultime due cifre del proprio anno di nascita e le prime due lettere del proprio cognome

(sempre in maiuscolo), in modo da garantire l'anonimato e di dare la possibilità, una volta terminata la ricerca, di richiedere la restituzione dei propri dati. A questo punto, ai partecipanti, divisi randomicamente in tre gruppi, venivano presentate la descrizione di un individuo etichettato esplicitamente come "complottista", la descrizione di un individuo complottista senza esplicitare l'etichetta ma descrivendo i suoi sentimenti nei confronti delle cospirazioni e, infine, la stessa descrizione generica degli individui precedenti ma senza alcun riferimento al cospirazionismo. In totale, 58 persone si sono ritrovate nella condizione etichetta (Label), 55 nella condizione descrizione (Description) e 62 nella condizione di controllo, ovvero senza riferimenti al cospirazionismo (Control). Come nelle ricerche precedenti, tutti i gruppi hanno poi risposto a un feeling thermometer, per valutare i sentimenti nei confronti di questi ipotetici individui, ad una scala per valutarne la vicinanza percepita e hanno poi attribuito al soggetto a loro presentato alcuni tra 99 aggettivi forniti dal questionario, ricostruendo attraverso essi l'immagine che avevano della persona. Avendo fornito nome (Alex) e descrizione agender, è stato chiesto di indicare anche il genere della persona presentata, per valutare eventuali stereotipi di genere presenti. Tutti i partecipanti hanno poi compilato la Generic Conspiracist Beliefs Scale, una scala che valuta il livello di credenza in teorie cospirazioniste e tutti hanno poi risposto alle stesse domande sociodemografiche. Infine, dopo una descrizione più dettagliata del questionario e delle modalità per ricevere i risultati dello studio, è stato chiesto di confermare o ritirare il consenso fornito nella fase iniziale.

3.3 Variabili

3.3.1 Feeling Thermometer

Il Feeling Thermometer è uno strumento che permette di andare ad indagare gli atteggiamenti emotivi e i sentimenti che una certa persona prova nei confronti di un determinato soggetto. Nel nostro caso, i partecipanti, dopo aver letto la descrizione di Alex, dovevano selezionare, attraverso un cursore che indica la "temperatura", come si sentivano nei confronti dell'individuo appena presentato, in una scala che va da 0 (molto a disagio) a 10 (molto a mio agio).

3.3.2 IOS Scale

La Inclusion of Others in Self Scale (IOS) è una scala di misura ideata da Aron e colleghi nel 1992. Viene utilizzata per indagare la vicinanza che i partecipanti sentono nei confronti dell'individuo a loro presentato. È formata da sette coppie di cerchi che si intersecano in maniera progressiva. Un cerchio rappresenta l'io e uno l'altro. Più i cerchi sono intersecati tra loro, più è alto il grado di vicinanza percepito dal rispondente nei confronti dell'altro.

3.3.3 Checklist Traits

Ai partecipanti è stato chiesto di selezionare un numero a scelta di aggettivi da una lista di 99 aggettivi totali per descrivere al meglio l'individuo precedentemente presentato. L'obiettivo è quello di capire le opinioni che si sono formati leggendo la breve descrizione fornita e di vedere in che modo caratterizzano l'individuo nelle diverse condizioni. 84 aggettivi sono stati presi dalla lista originale di Katz e Braly (1933), 9 da Devine e Elliot (1995) e 6 da Galinsky, Hall and Cuddy (2013). La lista finale è stata presa dalle ricerche di Petsko e Bodenhausen del 2019.

3.3.4 GCB Scale

La Generic Conspiracy Beliefs Scale, ideata da Brotherton, French e Pickering nel 2013, è una scala formata da 15 item (15 affermazioni) che viene usata per misurare la tendenza al pensiero cospirazionista. Attraverso i 15 item si vanno ad indagare 5 dimensioni legate al cospirazionismo: illeciti governativi (es. "Il governo è coinvolto nell'assassinio di cittadini innocenti e/o di famose figure pubbliche, e lo mantiene segreto"), occultamento degli extraterrestri (es. "Ci sono organizzazioni segrete che comunicano con gli extraterrestri, ma tengono nascosto questo fatto alla popolazione"), cospirazioni globali malevoli (es. "Il potere detenuto dai capi di stato è subordinato a quello di un gruppo sconosciuto che controlla realmente le politiche mondiali"), benessere personale (es. "La diffusione di alcuni virus e/o malattie è il risultato di sforzi deliberati e nascosti di alcune organizzazioni") e controllo dell'informazione (es. "Gruppi di scienziati manipolano, fabbricano o censurano evidenze allo scopo di ingannare la popolazione). Viene utilizzata una scala di risposta Likert a 5 punti, che va a misurare il grado di accordo dei partecipanti con le affermazioni presentate (1=totalmente in disaccordo; 5=totalmente d'accordo). Nel nostro questionario abbiamo utilizzato una versione italiana validata della GCBS che

comprende 14 item. Per verificare l'affidabilità della nostra scala di misura, abbiamo calcolato l'alpha di Cronbach che corrisponde a α=.91. Si tratta di un valore molto alto e dunque possiamo stabilire che la nostra GCBS sia affidabile.

CAPITOLO 4:

RISULTATI

4.1 Sentimenti nei confronti di Alex

Come prima cosa, siamo andati a verificare l'ipotesi secondo la quale il linguaggio con il quale viene descritto l'individuo presentato ai partecipanti influenzi il loro atteggiamento nei suoi confronti. Dai dati emerge che la differenza è significativa tra la condizione Control e le due condizioni che fanno riferimento al cospirazionismo, come possiamo notare dalla *Figura 1*. La media di risposta, infatti, in una scala che ricordiamo andare da 0 (molto a disagio) a 10 (molto a mio agio), è M=8.27; SD=1.79 nella condizione Control e di M=6.47; SD= 2.17 e M=6.62; SD=2.35 rispettivamente nella condizione Label e Description.

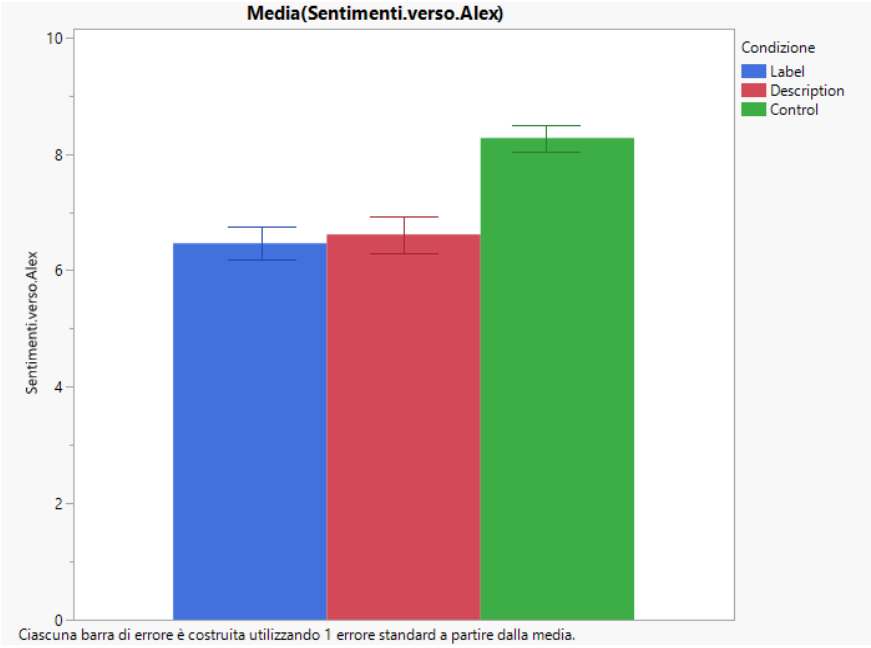

Figura 1

Abbiamo poi verificato se esiste una correlazione tra la valutazione dell'individuo nelle varie condizioni e il punteggio ottenuto nella Generic Conspiracy Beliefs Scale. Più questo valore è alto e più l'individuo presenta delle tendenze al pensiero cospirazionista. L'obiettivo è quello di verificare se un alto punteggio di GCBS porti ad una valutazione più positiva degli individui descritti come cospirazionisti. Dalla *Figura 2* possiamo notare che, a livello grafico, questo effetto è presente.

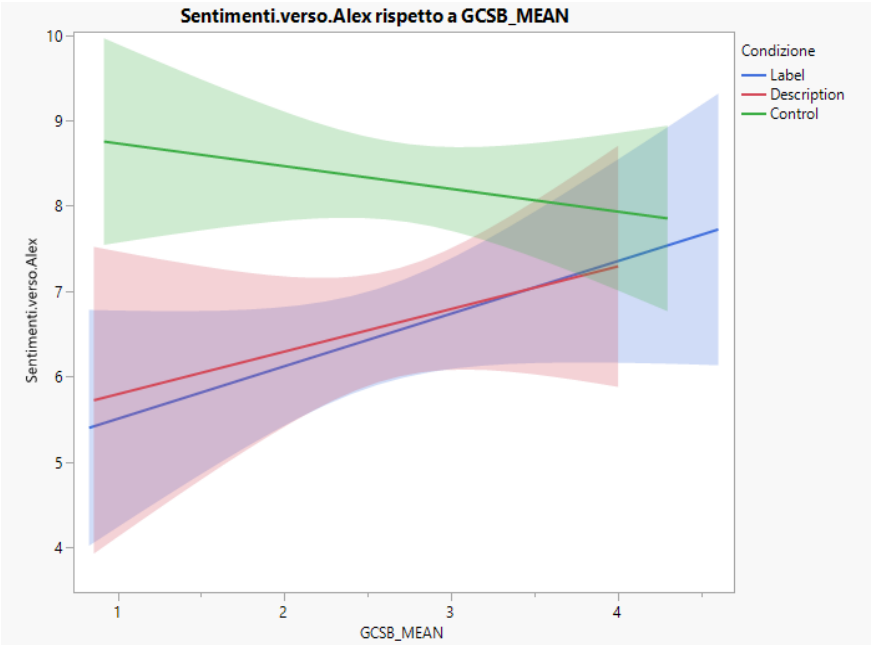

Figura 2

È stata quindi condotta un'analisi di regressione utilizzando come varabile dipendente i sentimenti provati da ciascun individuo nei confronti di Alex e come predittori la condizione (Label, Description o Control), il punteggio della GCBS e la loro interazione. Da quest'analisi emerge come l'interazione, in realtà, non raggiunge la significatività. Dunque, sebbene nella *Figura 2* si possa apprezzare questa differenza, questa risulta non essere sufficientemente grande da essere colta attraverso questi dati. Questo avviene per tre possibili motivi. Il primo riguarda il fatto che potrebbe, in realtà, non esserci questa differenza, il secondo, il fatto che non siamo in possesso di un numero sufficiente di osservazioni per cogliere la differenza e il terzo, il fatto che vi siano troppi pochi complottisti nel nostro campione. Le prime due ipotesi non possono essere verificate, mentre la terza, dopo un'ulteriore analisi, può essere esclusa, in quanto essi son ben distribuiti nella scala. Dall'analisi di regressione emerge, invece, un effetto principale di condizione: $F(2,169) = 13.57$, $p < .0001$. Questo effetto principale ci dice che tra le tre condizioni ce n'è almeno una che differisce da un'altra, ma non ci specifica quali sono le condizioni in questione. Questo effetto principale di condizione è stato allora ulteriormente investigato attraverso un'analisi di confronti multipli, che ha permesso di osservare tutti i confronti di tutte le coppie possibili grazie alla tecnica del Tukey HSD. Attraverso quest'analisi abbiamo potuto stabilire come la condizione Label non differisce dalla condizione Description ($t = -0.24$; $p = .97$), mentre sia la condizione Label che la

condizione Description differiscono dalla condizione Control (rispettivamente t = -4.62; p < .0001 e t = -4.32; p < .0001).

4.2 Vicinanza provata verso Alex

La stessa cosa che abbiamo fatto con la variabile precedente, dunque i sentimenti provati nei confronti di Alex, è stata fatta anche con la seconda variabile, ovvero la vicinanza provata nei suoi confronti. Anche qui, come prima cosa, abbiamo verificato se il linguaggio utilizzato nelle tre descrizioni è stato in grado di influenzare la vicinanza provata verso l'individuo brevemente presentato. In questo caso, a differenza di ciò che accadeva con i sentimenti, la differenza tra le diverse condizioni non è così marcata, come possiamo verificare nella *Figura 3*. Le medie dei punteggi della scala IOS, che va da 1 (bassa vicinanza) a 7 (alta vicinanza) sono M=3.98; SD=1.95 nella condizione Control e M=3.29; SD=1.79 e M=3.45; SD=1.83 rispettivamente nelle condizioni Label e Description.

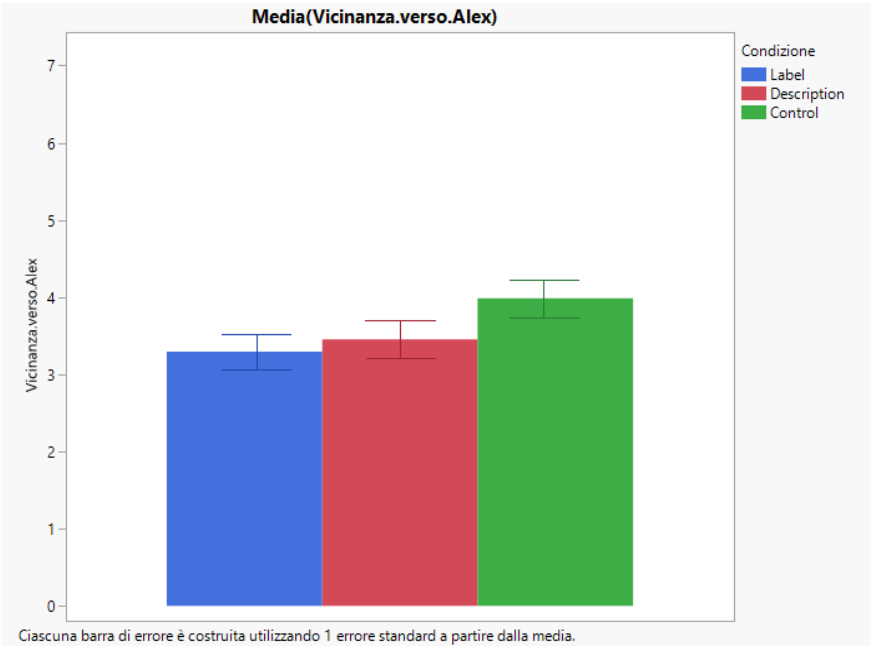

Figura 3

A questo punto, siamo andati a verificare se un alto punteggio nella GCBS sia correlato in qualche modo ad una maggiore vicinanza provata dagli individui nei confronti di Alex. Come possiamo osservare nella *Figura 4*, non esiste una correlazione significativa di questo tipo.

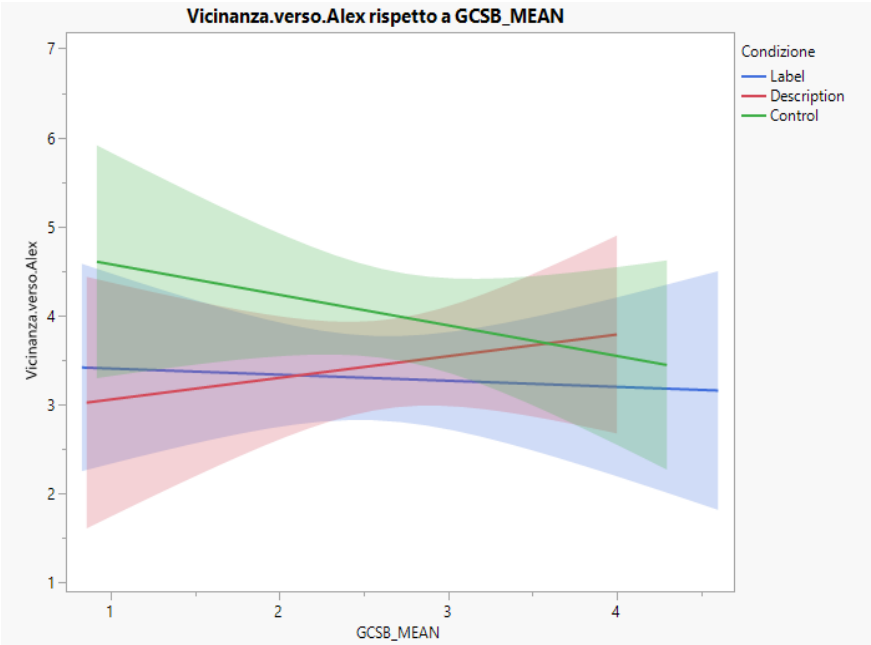

Figura 4

Per verificare ciò, anche in questo caso è stata condotta un'analisi di regressione utilizzando come varabile dipendente la vicinanza provata da ciascun individuo nei confronti di Alex e come predittori la condizione (Label, Description o Control), il punteggio della GCBS e la loro interazione. Da quest'analisi non emerge nessun effetto principale di condizione: $F(2,169) = 2.44$, $p = 0.0899$. Si tratta di un valore un po' marginale, ma non raggiunge il criterio di significatività. Nemmeno l'interazione raggiunge la significatività.

4.3 Aggettivi usati per descrivere Alex

Nel questionario, oltre a chiedere ai partecipanti come si sentivano nei confronti di Alex e quanto si sentissero vicini a lui, veniva anche chiesto di scegliere tra una lista di aggettivi quelli che, secondo loro, nonostante le poche informazioni ricevute, erano in grado di fornire una descrizione accurata di Alex. Siamo allora andati ad indagare se la scelta degli aggettivi sia stata o meno influenzata dalla condizione in cui si sono trovati i partecipanti e dunque dal linguaggio utilizzato per descrivere il soggetto. Innanzitutto, in tutte le condizioni, troviamo con grade frequenza le voci "legato alla famiglia" (33 su 58 partecipanti lo hanno scelto nella condizione Label, 33 su 58 nella Description e 42 su 62 nella Control), "sportivo" (29 nella Label, 22 nella Description e 30 nella Control), "legato alle tradizioni" (27 nella Label, 23 nella Description e 28 nella Control) e "fedele"

(24 nella Label, 20 nella Description e 31 nella Control). Il fatto che questi aggettivi siano stati scelti così frequentemente, indipendentemente dalla condizione, deriva dalla descrizione generale di Alex che era stata fornita ai partecipanti: "Alex ha 40 anni. Lavora in ufficio per un'azienda del territorio, e ha mantenuto la stessa posizione per diversi anni. Tra le sue passioni, adora svolgere camminate in montagna nei weekend per staccare la spina dalla vita quotidiana. Guarda poco la televisione, in quanto coltiva una visione complottista del mondo (Label)/ Guarda poco la televisione, in quanto crede che i potenti si mettano segretamente d'accordo tra loro per fare i propri interessi a scapito degli altri (Description)/ Guarda poco la televisione (Control). Nel corso degli anni ha sviluppato una rete di amici fidati. È inoltre in un matrimonio felice e stabile". L'influenza del linguaggio utilizzato nelle diverse condizioni, invece, compare nella scelta di altri aggettivi positivi e negativi che vengono scelti con maggiore o minore frequenza in base alla condizione. Gli aggettivi positivi, infatti, vengono selezionati più spesso nella condizione Control rispetto alle condizioni dove si fa riferimento al cospirazionismo, in particolar modo rispetto alla condizione Label. Degli esempi sono gli aggettivi "educato" (26 partecipanti lo hanno scelto nella condizione Control mentre solo 15 nella Description e 8 nella Label), "onesto" (26 nella Control e solo 14 e 10 nella Description e nella Label), "paziente" (24 nella Control, 13 nella Description e 8 nella Label), "gentile" (20 nella Control, 11 nella Description e solo 3 nella Label) e "cortese" (17 nella Control, 7 nella Description e 4 nella Label). L'effetto opposto, invece, avviene con gli aggettivi negativi, in quanto quest'ultimi vengono tendenzialmente associati con maggiore frequenza nelle condizioni che fanno riferimento al cospirazionismo rispetto alla condizione di controllo. Degli esempi sono "suggestionabile" (scelto da 9 partecipanti nella condzione Label e da 7 nella Description ma solo 1 partecipante ha scelto questo aggettivo nella condizione Control), "testardo" (scelto 9 volte nella Label, 10 nella Description e 0 nella Control), "sospetto" (8 nella Label e nella Description e solo 1 nella Control) e "individualista (6 nella Label, 4 nella Description e 0 nella Control). Da questi dati si può evincere che il linguaggio utilizzato nelle varie descrizioni ha portato alla formazione di opinioni diverse nei partecipanti.

4.4 Genere di Alex

Nel questionario, avendo fornito nome e descrizione agender, veniva chiesto ai partecipanti di determinare il genere di Alex, secondo l'idea che si erano fatti. Tuttavia, il

compito non è risultato sufficientemente chiaro in quanto 18 partecipanti su 175 hanno mal interpretato la domanda, fornendo risposte quali “leale” o “metodico”. Inoltre, un altro aspetto che ha portato all’esclusione di questo dato, è il fatto che il nome Alex, per quanto sia di per sé un nome che non appartiene ad un genere predefinito, nel contesto italiano, è un nome prettamente legato a figure maschili e questo è emerso anche dai risultati del questionario (solo due partecipanti, tra coloro che avevano compreso la domanda, hanno indicato Alex come una persona di genere femminile). Non possiamo dunque stabilire o meno, come da ipotesi, se siano presenti o meno degli stereotipi di genere.

CONCLUSIONE

Questa ricerca ci ha permesso di confermare l'ipotesi secondo la quale l'appartenenza sociale di un determinato individuo, in questo caso il pensiero cospirazionista, possa attivare degli stereotipi negativi e dunque influenzarne la percezione. Dai risultati del nostro questionario, possiamo notare che questo effetto avviene soprattutto in relazione ai sentimenti che si proviamo verso l'individuo descritto e in relazione all'idea che ci facciamo di lui. Per quanto riguarda la vicinanza provata, invece, questo effetto non è così evidente. Questo potrebbe essere dovuto anche dal fatto che per esprimere la vicinanza, i partecipanti si sono trovati di fronte ad un compito più astratto (scelta di un grafico) rispetto agli altri.

È interessante, inoltre, notare come sia presente una correlazione, anche se non sufficientemente significativa, tra un alto punteggio nella GCBS e una valutazione più positiva di soggetti descritti come complottisti. Questo conferma che le persone hanno un forte bisogno di sentirsi positive riguardo ai gruppi di appartenenza e il fatto di avere delle tendenze al pensiero cospirazionista porta questi individui a valutare più positivamente persone che considerano membri di uno stesso gruppo sociale.

Per quanto questa ricerca possa essere un buono spunto per dimostrare l'influenza del linguaggio nella formazione di atteggiamenti e opinioni, sono presenti alcuni limiti oggettivi. I più importanti riguardano la dimensione del campione, troppo limitata, e la scelta dei partecipanti, in quanto trattandosi di un campionamento a valanga, non si può affermare che sia rappresentata l'intera popolazione.

Tuttavia, ritengo che, nel suo piccolo, questo studio possa sottolineare l'importanza delle parole che utilizziamo quotidianamente, a volte anche per errore. Il modo in cui un determinato soggetto viene descritto e il solo fatto che si sottolinei che egli appartenga ad una determinata categoria sociale, mette in secondo piano tutte le possibili caratteristiche positive di tale individuo. Inoltre, una semplice etichetta, come può essere in questo caso "complottista", rischia di rimanere attaccata per sempre a chi la si assegna, generando stereotipi negativi e conseguenti pregiudizi. Bisognerebbe dunque porre molta attenzione nella scelta delle parole, evitando di catalogare ed etichettare ogni singolo individuo, in modo da preservare l'unicità che caratterizza ognuno di noi.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Albarracin, D., Johnson, B.T., & Zanna, M.P. (Eds.). (2005). The Handbook of Attitudes (1st ed.). Psychology Press, 508-557.

Alyona Korneeva, Tatyana Kosacheva and Oxana Parpura (2019). Functions of language in the social context. SHS Web Conf., 69 00064.

Antichi, L., Olcese, M., Prestia, D., Barbagallo, G., Migliorini, L., Giannini, M., Italian validation of the Generic Conspiracist Beliefs Scale (GCBS), <<BOLLETTINO DI PSICOLOGIA APPLICATA>>, 2023; 89 (298): 1-15.

Bernburg, J.G. (2019). Labeling Theory. In: Krohn, M., Hendrix, N., Penly Hall, G., Lizotte, A. (eds) Handbook on Crime and Deviance. Handbooks of Sociology and Social Research. Springer, Cham.

Brotherton, R., French, C. C., Pickering, A. D. (2013). Measuring belief in conspiracy theories: the generic conspiracist beliefs scale. *Frontiers in Psychology*, *4*.

Chowdhary, K.R. (2020). Natural Language Processing. In: Fundamentals of Artificial Intelligence. Springer, New Delhi.

Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology, 56*(1), 5–18.

Dolores Albarracin, Sharon Shavitt (2017). Attitudes and Attitude Change. *Annual Review of Psychology, Volume 69, 2018,* 299-327.

Douglas, K. M., Sutton, R. M., & Cichocka, A. (2017). The Psychology of Conspiracy Theories. *Current Directions in Psychological Science*, *26*(6), 538-542.

Douglas, K. M., Uscinski, J. E., Sutton, R. M., Cichocka, A., Nefes, T., Siang Ang, C., Deravi, F. (2019). Understanding Conspiracy Theories. *Advances in Political Psychology*, *40*(S1), 3-35.

Jeffrey Pickens (2005). Attitude and Perceptions. *Organizational Behavior in Health Care, Jones and Bartlett Publishers, Sudbury*, 43-75.

Krosnick, J. A., Judd, C. M., & Wittenbrink, B. (2005). Attitude measurement. *Handbook of attitudes and attitude change*, 21-76.

Lantian, A., Muller, D., Nurra, C., Klein, O., Berjot, S. and Pantazi, M. (2018), Stigmatized beliefs: Conspiracy theories, anticipated negative evaluation of the self, and fear of social exclusion. Eur. J. Soc. Psychol., 48: 939-954.

Maynard, D.W., Peräkylä, A. (2006). Language and Social Interaction. In: Delamater, J. (eds) Handbook of Social Psychology. Handbooks of Sociology and Social Research. Springer, Boston, MA.

Sunstein, C.R. and Vermeule, A. (2009), Conspiracy Theories: Causes and Cures*. Journal of Political Philosophy, 17: 202-227.

Van Prooijen, J.-W., & Douglas, K. M. (2017). Conspiracy theories as part of history: The role of societal crisis situations. *Memory Studies*, *10*(3), 323-333.