

Processi psicologici del potere

*identità collettive, conflitto intergruppi e
leadership*

Lezione su invito del Prof. Carmelo M. Vicario
Corso di Psicologia Politica – C.U.M.O. Noto

Maria Chayinska
Università degli Studi di Messina

Psicologia del potere: Un fenomeno relazionale

Il potere è un fenomeno che emerge tra persone, si costruisce nelle relazioni e prende forma nei gruppi.

TRADURRE IL POTERE IN TERMINI RELAZIONALI SIGNIFICA:



- Vederlo come un processo di influenza che si esercita tra due o più persone
- Riconoscerlo come una dinamica che si intensifica e si organizza nei gruppi
- Comprenderlo infine come un fenomeno collettivo, radicato nelle identità, nelle conflitti e nella leadership

Architettura della lezione

Blocco I — Formazione dei gruppi e identità sociale

Analisi dei processi di categorizzazione e dell'emergere dell'identità sociale a partire dal paradigma dei gruppi minimi.

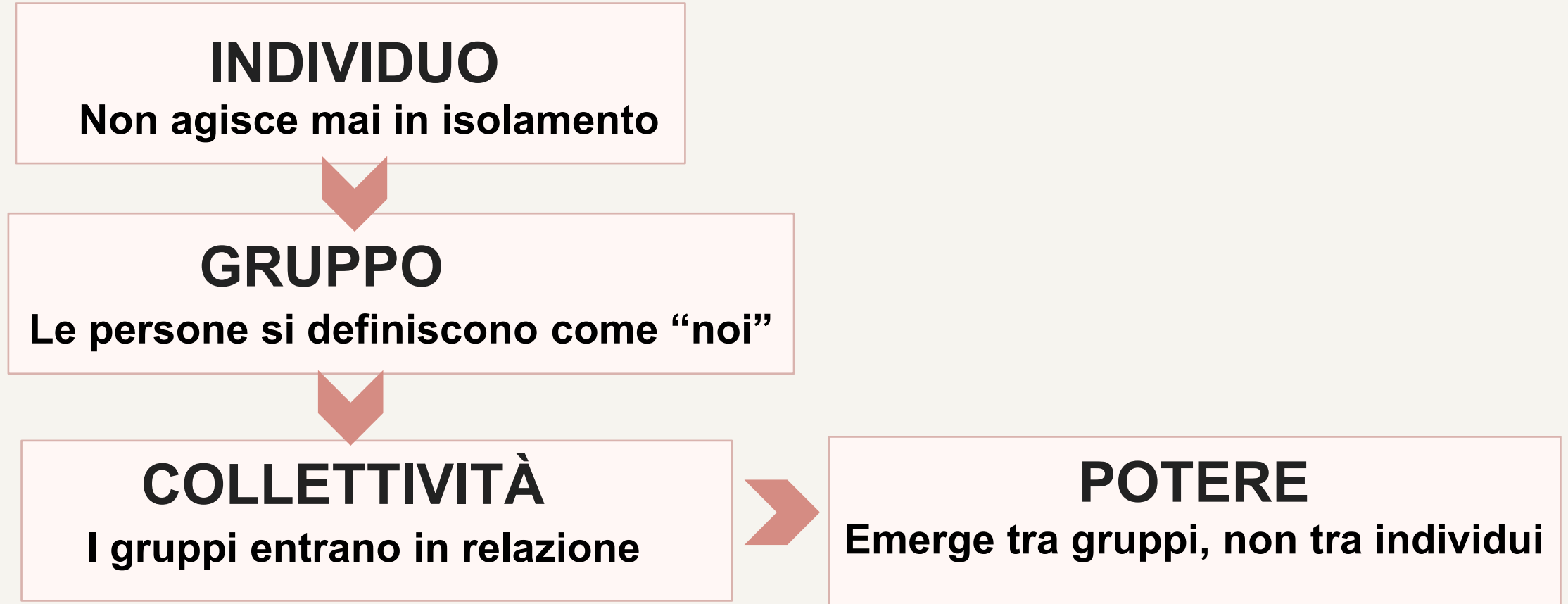
Blocco II — Dinamiche intergruppi e conflitto

Esame delle condizioni in cui la coesistenza di gruppi distinti conduce a competizione, ostilità e conflitto.

Blocco III — Leadership e costruzione dell'identità

Studio del ruolo del leader come interprete e imprenditore dell'identità collettiva, capace di orientare verso polarizzazione o inclusione.

Perché partire dai gruppi?



Blocco I

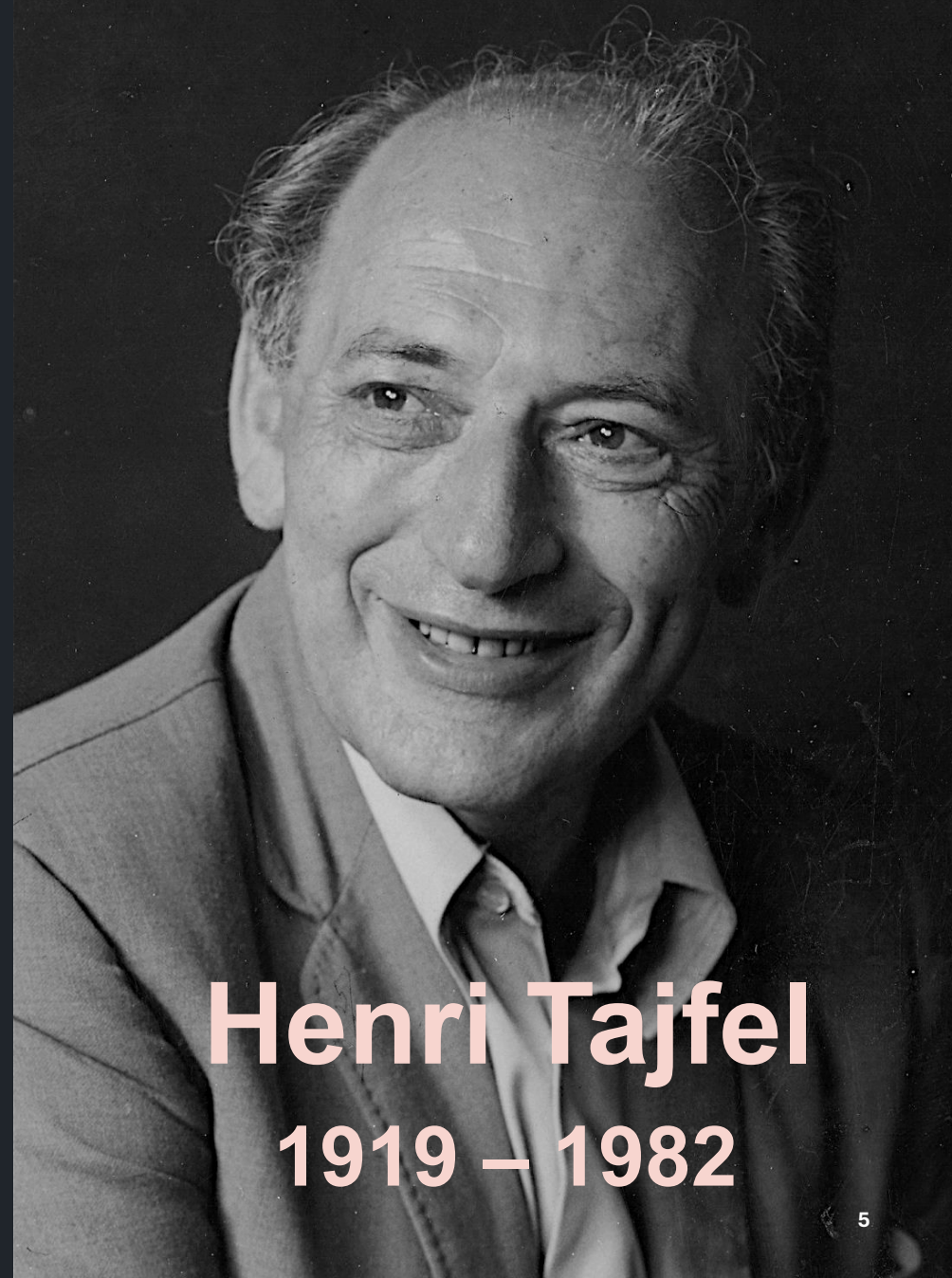
La formazione dei gruppi e l'emergere dell'identità sociale

Psicologia del potere

Nato Hersz Mordche

Psicologo sociale, una delle figure centrali della psicologia sociale europea, polacco di origine ebraica, sopravvissuto all'Olocausto.

È conosciuto soprattutto per i suoi studi pionieristici sugli aspetti cognitivi del pregiudizio e per aver sviluppato la Teoria dell'Identità Sociale.



Henri Tajfel
1919 – 1982

Paradigma del gruppo minimo

(Tajfel et al., 1971)

La categorizzazione sociale, anche arbitraria, produce rapidamente differenziazione intergruppi.

Categorizzazione sociale

Processo psicologico cognitivo attraverso il quale le persone classificano sé stesse e gli altri in gruppi, così semplificando la realtà sociale.

Categorizzazione arbitraria

basata su criteri casuali o irrilevanti, privi di significato reale, ma comunque sufficienti a generare appartenenza e differenziazione

Paradigma del gruppo minimo

(Tajfel et al., 1971)

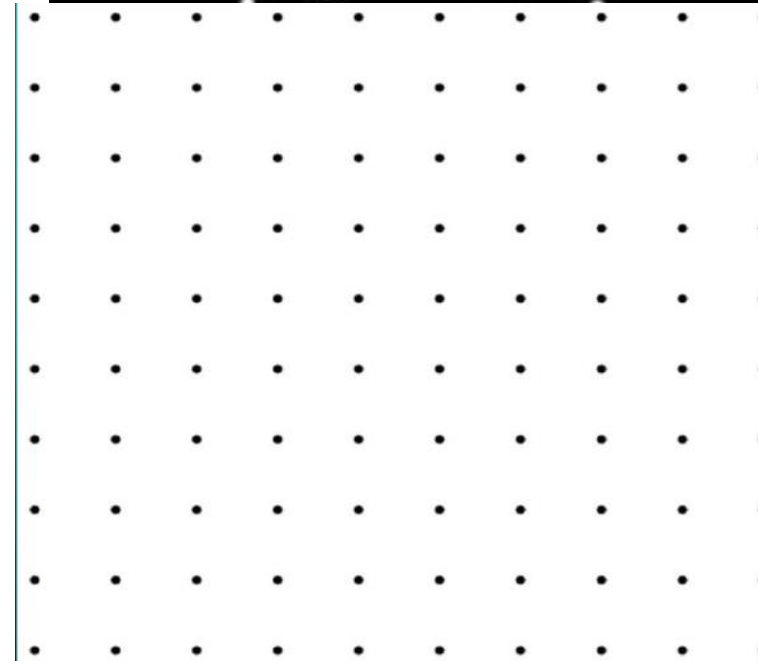
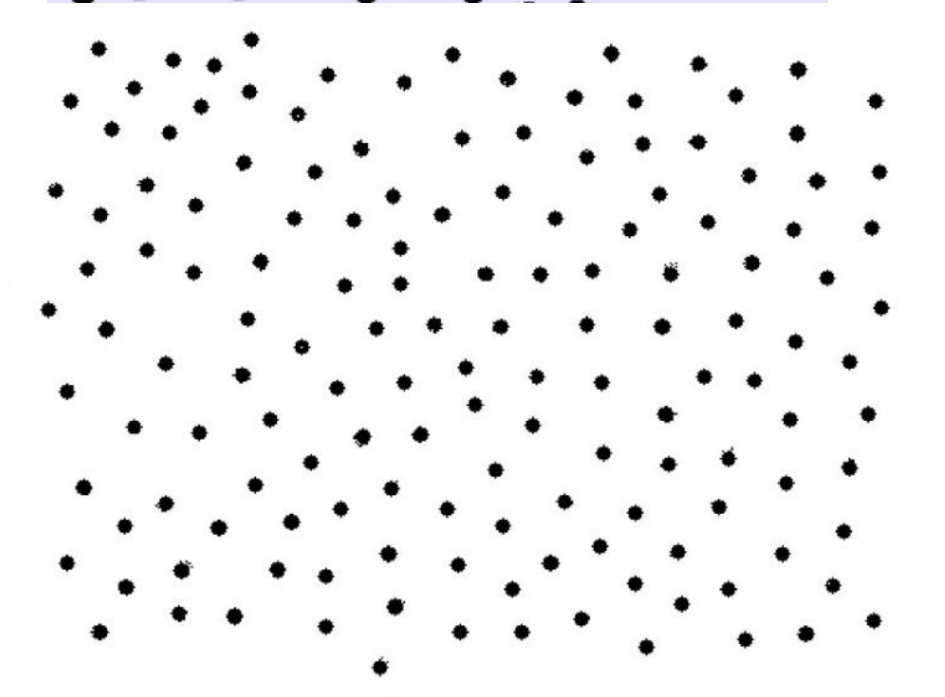
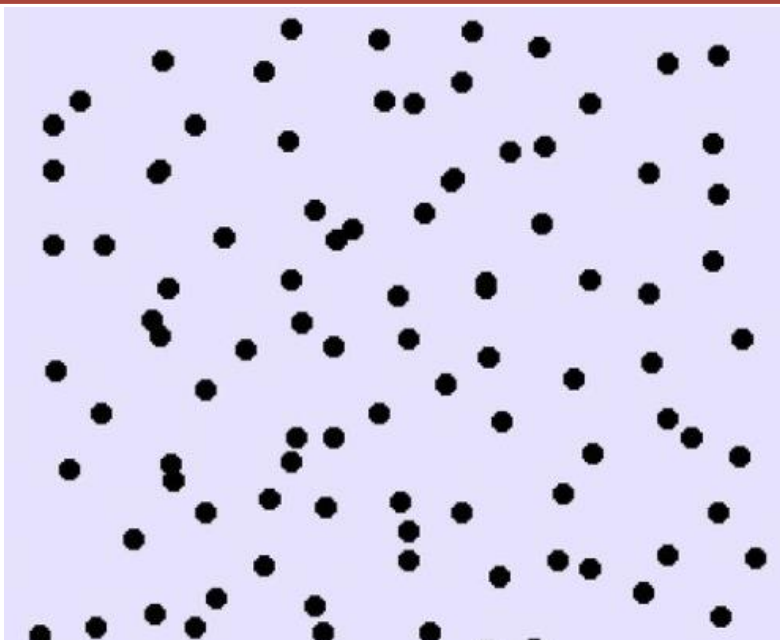
64 ragazzi di età compresa tra 14 e 15 anni, provenienti da una scuola di Bristol. Parteciparono all'esperimento recandosi in laboratorio in gruppi di otto persone. Tutti si conoscevano tra loro..



Ai partecipanti venne presentato l'esperimento come uno studio sul giudizio visivo.

“Vedrai una serie di diapositive contenenti un numero variabile di punti. Su un foglio di carta, dovrai stimare quanti punti sono presenti in ciascuna delle cinque diapositive.”

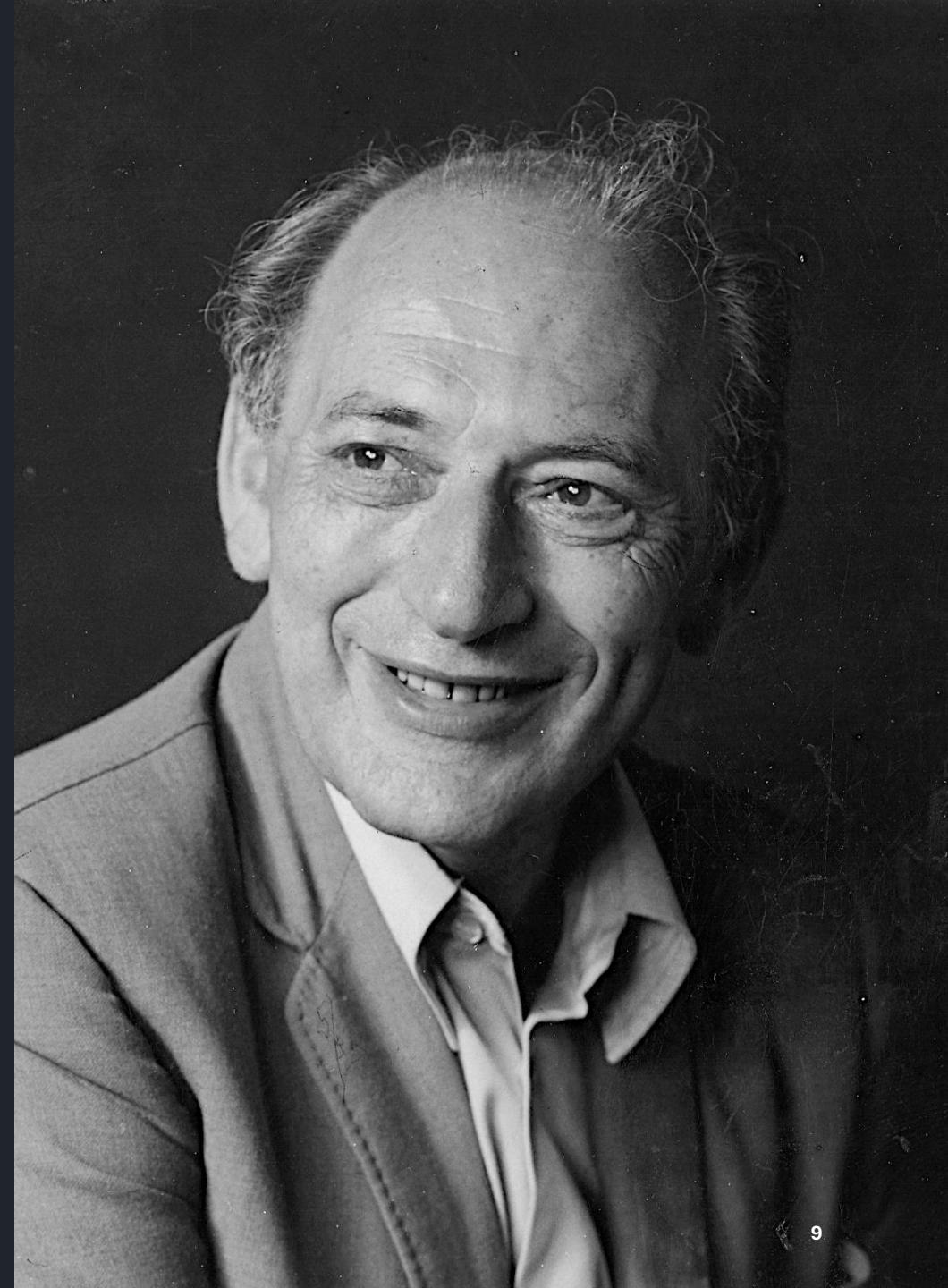




“Dopo aver analizzato le vostre prestazioni nel compito, ciascuno di voi riceverà una carta che lo assegnerà a uno dei seguenti gruppi:

- **Sovrastimatori**: coloro che tendono sistematicamente a sovrastimare il numero di punti
- **Sottostimatori**: coloro che tendono sistematicamente a sottostimare il numero di punti

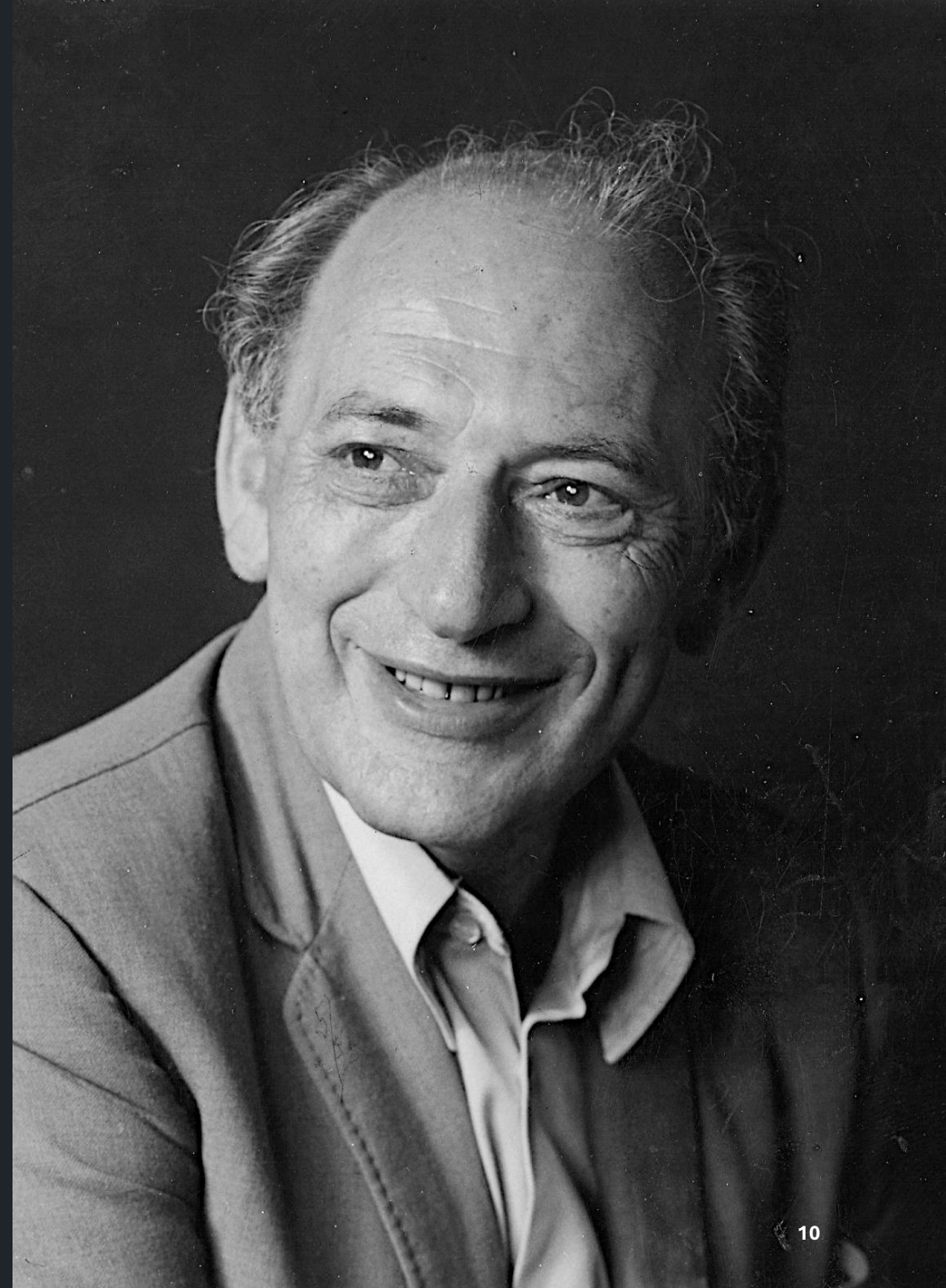
Non mostrate la vostra carta a nessuno: l'appartenenza è personale e riservata.”



Tajfel non guardò nemmeno le risposte.

Ha assegnato casualmente i partecipanti
allo studio a due diversi gruppi
sperimentali.

A ciascun partecipante venne chiesto di
distribuire punti tra due persone anonime:
una del proprio gruppo e una dell'altro,
usando le matrici



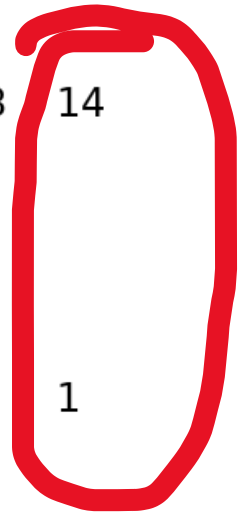
Compito di allocazione del denaro

Membro del proprio gruppo

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14

Membro dell'altro gruppo

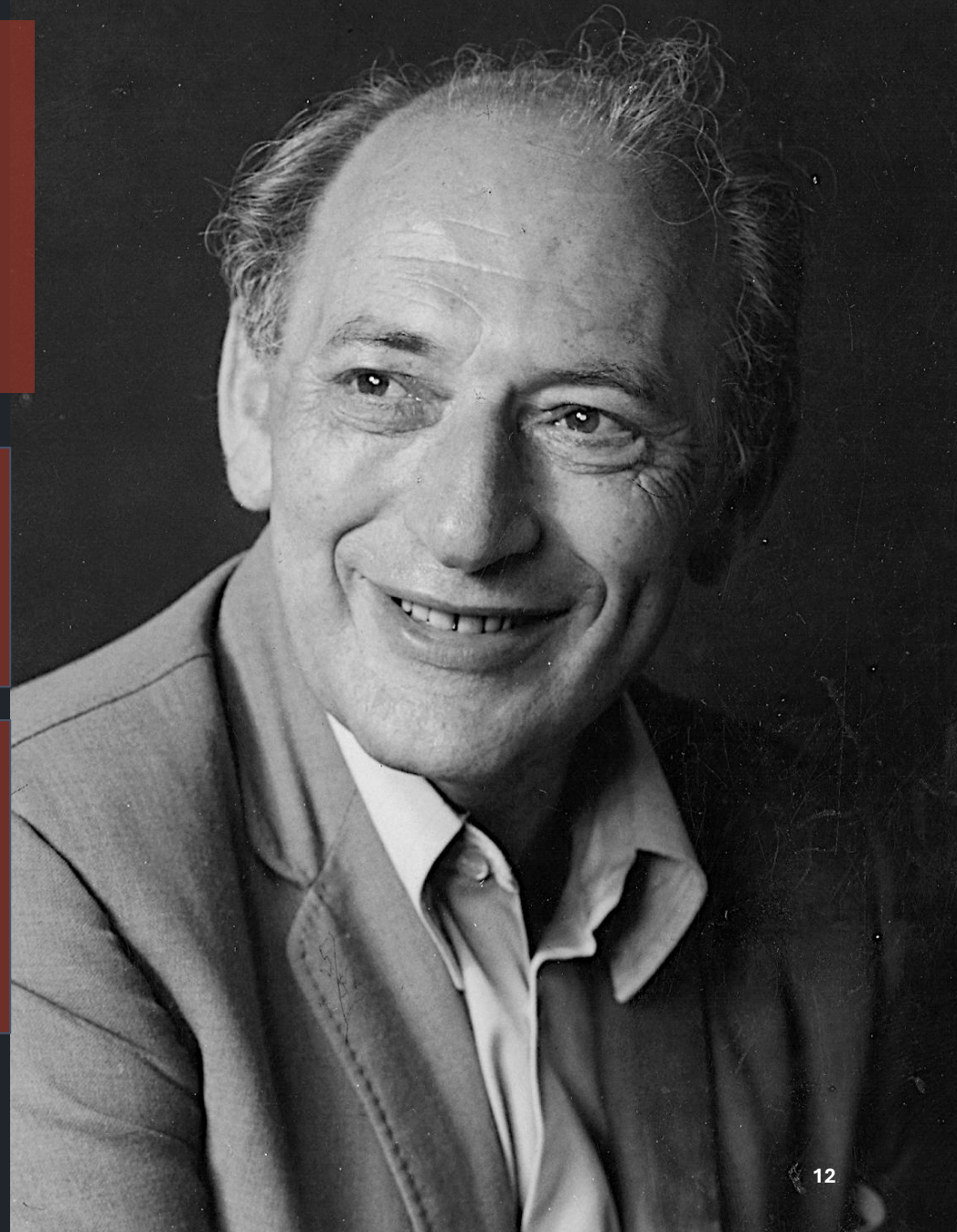
14 13 12 11 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1



Il 72% dei partecipanti assegnava più punti al proprio gruppo per creare la massima differenza con l'altro gruppo.

Per produrre differenziazione intergruppi non è necessario presupporre un conflitto realistico già esistente.

Basta introdurre una linea categoriale sufficientemente saliente perché gli individui inizino a ragionare e decidere come membri di un gruppo.



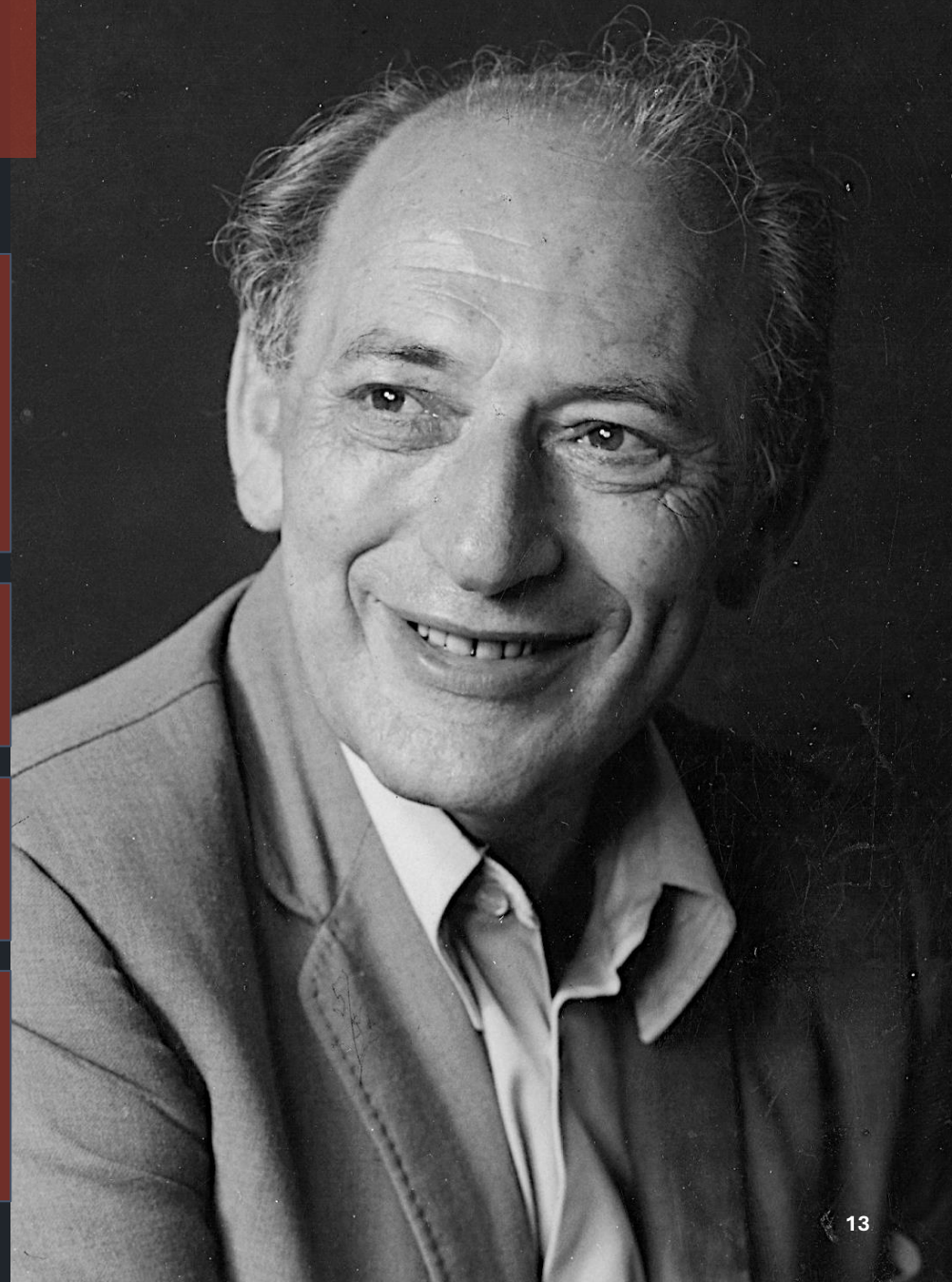
La teoria dell'identità sociale: il vocabolario operativo minimo

Identità sociale. Parte del sé che deriva dalla consapevolezza di appartenere a uno o più gruppi, accompagnata dal valore attribuito a tale appartenenza.

Ingroup. Il gruppo di appartenenza percepita; il collettivo nel cui nome ci si riconosce.

Outgroup. Il gruppo percepito come esterno o altro rispetto al proprio.

Confronto sociale. Il processo mediante il quale un gruppo valuta se stesso in relazione ad altri gruppi rilevanti.



I risultati di Tajfel sono apparentemente “micro”, ma le loro implicazioni sono eminentemente politiche

- **La sola categorizzazione è sufficiente a produrre differenziazione significativa.**
- **Ogni arena politica in cui siano rese salienti categorie sociali (nazione, popolo, élite, nord e sud, centro e periferia, cittadini e stranieri) è già un'arena in cui il potere può essere esercitato attraverso l'identità**

- **La politica rende salienti categorie, ne irrigidisce i confini, assegna significati morali ai gruppi e organizza la competizione attorno a tali definizioni.**
- **Ciò che conta per la relazioni intergruppi è il fatto che l'appartenenza diventi un principio di giudizio.**

Le dinamiche illustrate dal paradigma dei gruppi minimi visibili attraverso esempi ordinari



Il punto di svolta

Che cosa succede quando esistono più “noi” nello stesso spazio sociale, e quando questi “noi” pensano di non poter ottenere contemporaneamente ciò che desiderano?

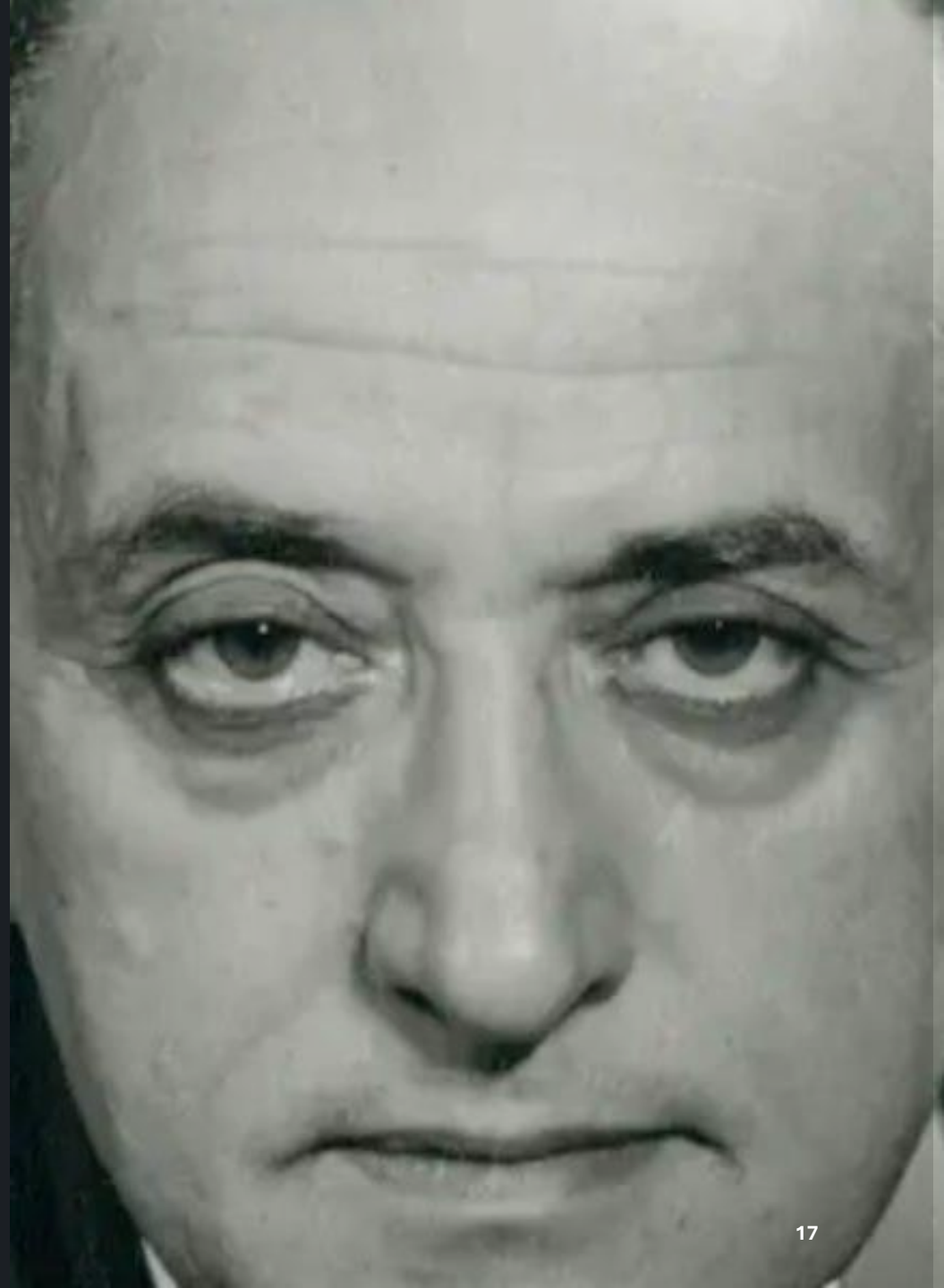
Blocco II

Conflitto intergruppi

Dalle identità alla
competizione

Muzafer Sherif
1906 – 1988

una delle figure fondative
dello studio sperimentale
del conflitto intergruppi.



L'esperimento della Robbers Cave

(Caverna dei Ladri; Oklahoma, USA, Sheriff, 1953)



L'esperimento della Robbers Cave

(Caverna dei Ladri; Oklahoma, USA, Sheriff, 1953)



**Aquile vs Gufi.
Identità di gruppo.**



**Competizione,
pregiudizi e ostilità**



**Obbiettivi sovraordinati
e cooperazione forzata**

Tre cose che ci insegna Sherif (e perché sono centrali per il potere)

1. Il conflitto emerge quando le relazioni sono organizzate come competizione per risorse limitate. Chi controlla la struttura delle relazioni può generare o ridurre il conflitto.

2. Il potere non struttura le condizioni di interazione che rendono certi comportamenti più probabili di altri.

3. La teoria sposta l'attenzione dal potere come comando visibile al potere come architettura della situazione, delle risorse e delle interdipendenze che definiscono il campo d'azione degli individui.

Nel linguaggio della psicologia politica

Il gruppo costituisce la prima infrastruttura del potere: definisce chi appartiene, chi occupa una posizione centrale, quali norme sono legittime e quali simboli assumono significato.

È la fase in cui l'identità si consolida al punto da rendere significativa ogni successiva comparazione con l'esterno.

Le dinamiche illustrate dalla teoria di Sherif visibili attraverso esempi ordinari



Obbiettivi sovvrordinati?

costringono gruppi differenti a percepirsi
come reciprocamente necessari



Obbiettivi sovvrordinati?

costringono gruppi differenti a percepirsi
come reciprocamente necessari



**Gli obiettivi sovraordinati non
emergono spontaneamente:
devono essere costruiti, resi visibili e resi
credibili.**



Blocco III

Leadership e
incertezza

Costruzione del
significato e
imprenditorialità
identitaria

**Alexander
Haslam**
nato nel 1962



Il leader come un imprenditore dell'identità

È leader chi riesce a definire il “noi” in modo credibile, condiviso e mobilitante.

1. Rende saliente un “noi” condiviso

2. Definisce confini, norme e prototipicalità

3. Trasforma il senso di appartenenza in orientamento pratico

Per i leader, l'incertezza rappresenta un terreno fertile

INCERTEZZA

**IL LEADER OFFRE UNA
DEFINIZIONE DEL "NOI"**

**BISOGNO DI
ORIENTAMENTO**

**RICERCA DI
APPARTENENZA**



Potere identitario del leader: cristallizzare o ricategorizzare

Cristallizzazione

Processo di accentuazione e stabilizzazione dei confini intergruppi, che rende le categorie più rigide, salienti e psicologicamente distinte.

Ricategorizzazione

Processo di ridefinizione della categorizzazione sociale, attraverso cui gruppi distinti vengono ricollocati entro un'identità sovraordinata più inclusiva

Costruire il “noi”: due strategie nelle campagne USA (2016)



Cosa fa la «M.A.G.A» di Donald Trump?



Cosa fa la «M.A.G.A» di Donald Trump?

1. Costruisce un “noi” nostalgico ✓

Evoca un’America autentica, forte e moralmente ordinata, collocata in un passato idealizzato.

2. Definisce il gruppo attraverso una perdita ✓

Il “noi” appare come un collettivo privato di qualcosa che gli apparteneva: status, sicurezza, riconoscimento, controllo.

3. Trasforma l’identità in missione collettiva ✓

Il verbo make again non descrive soltanto un obiettivo: attribuisce al gruppo il compito di restaurare ciò che è stato perduto.

4. Rende il confine psicologicamente saliente ✓

L’identità acquista forza perché implica, anche senza nominarlo sempre esplicitamente, un “loro” responsabile del declino

Cosa fa la «Forti Insieme» di Hillary Clinton?

1. Costruisce un “noi” inclusivo ✓

Il gruppo viene definito come ampio, plurale e capace di contenere differenze sociali ecc.

2. Trasforma la diversità in forza collettiva ✓

Le differenze non sono presentate come una minaccia all'unità, ma come la base stessa della forza del gruppo.

3. Propone un'identità cooperativa ✓

Il gruppo viene definito non attraverso la contrapposizione, ma attraverso l'interdipendenza.

5. Mobilita attraverso speranza ✓

L'azione collettiva non viene presentata come restaurazione di una perdita, ma come costruzione condivisa di un futuro comune.



Come il potere plasma l'identità collettiva

Cristallizzazione identitaria

Il leader rafforza il confine tra “noi” e “loro”. La minaccia è definita in termini esistenziali. Il gruppo appare coeso perché contrapposto a un avversario ostile. Le norme diventano più rigide; il dissenso interno più sospetto; la polarizzazione più vantaggiosa per il leader.

Ricategorizzazione inclusiva

Il leader amplia il “noi” e rende meno salienti fratture precedenti. La vulnerabilità o l'obiettivo comune diventano il fondamento di una categoria sovraordinata. Le norme privilegiano cooperazione, cura reciproca e corresponsabilità. Il potere del leader si esercita unificando, non radicalizzando.

Papa Francesco: una identità sovraordinata fondata sulla vulnerabilità condivisa

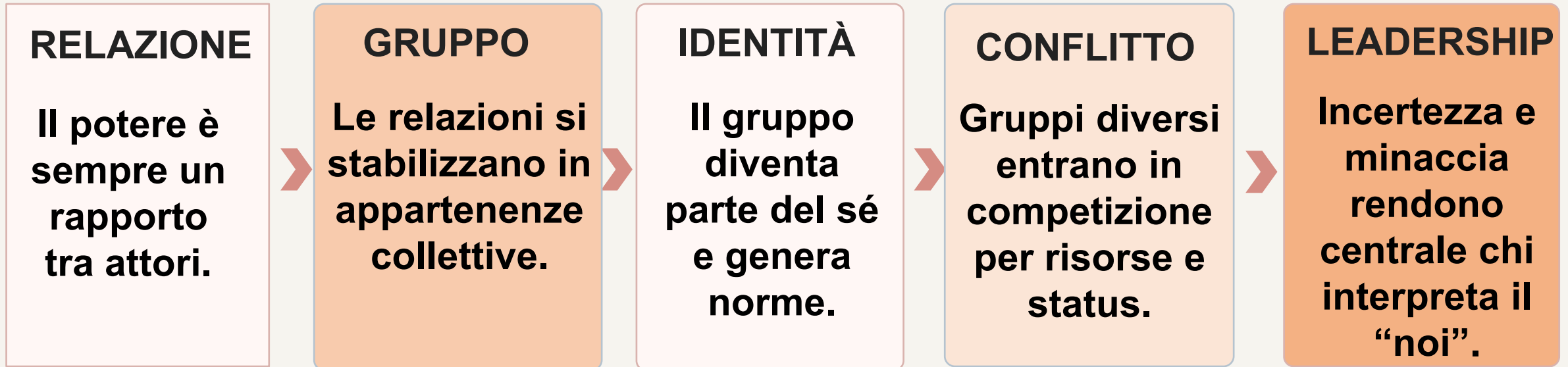
«Ci siamo resi conto di trovarci sulla stessa barca, tutti fragili e disorientati, ma nello stesso tempo importanti e necessari, tutti chiamati a remare insieme, tutti bisognosi di confortarci a vicenda.»

Omelia del 27 marzo 2020, Piazza San Pietro

Vatican.va, 27 marzo 2020.



Il potere come esito di un processo identitario



NB: Il potere politico acquista forza psicologica quando la relazione passa attraverso gruppi, identità, norme e leader capaci di renderle salienti.

Bibliografia essenziale

RIFERIMENTI

Tajfel, H. (1970). Experiments in intergroup discrimination. *Scientific American*, 223, 96–102.

Tajfel, H., Billig, M. G., Bundy, R. P., & Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1, 149–178.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations*.

Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. (1987). *Rediscovering the social group*. Oxford: Blackwell.

Sherif, M. (1956). Experiments in group conflict. *Scientific American*, 195(5), 54–59.

Sherif, M., Harvey, O. J., White, B. J., Hood, W. R., & Sherif, C. W. (1961). Intergroup conflict and cooperation: The Robbers Cave experiment.

Hogg, M. A. (2001). A social identity theory of leadership. *Personality and Social Psychology Review*, 5, 184–200.

Hogg, M. A. (2007). Uncertainty–identity theory. *Advances in Experimental Social Psychology*, 39, 69–126.

Hogg, M. A. (2014). From uncertainty to extremism. *Current Directions in Psychological Science*, 23, 338–342.

Hogg, M. A., van Knippenberg, D., & Rast, D. E. (2012). The social identity theory of leadership. *European Review of Social Psychology*, 23, 258–304.

Haslam, S. A., Reicher, S. D., & Platow, M. J. (2011). *The new psychology of leadership*. New York: Psychology Press.

Steffens, N. K., Haslam, S. A., Reicher, S. D., et al. (2014). Leadership as social identity management: Introducing the Identity Leadership Inventory. *The Leadership Quarterly*, 25, 1001–1024.

Grazie e a presto!

maria.chayinska@unime.it