

# GIORNALE ITALIANO DI PSICOLOGIA

ANNO XXIV, N. 4, DICEMBRE 1997

**il Mulino**

# GIORNALE ITALIANO DI PSICOLOGIA

---

Il «Giornale Italiano di Psicologia» esce quattro volte all'anno.

1997:

- Un fascicolo costa lire 38.000
- Abbonamento annuo:
  - per l'Italia, lire 150.000 (lire 105.000 per i privati)
  - per l'estero, lire 190.000 (lire 150.000 per i privati)
  - via aerea, maggiorazione di lire 30.000 sul prezzo dell'abbonamento
  - sostenitore, lire 200.000
- I fascicoli arretrati costano lire 57.000

Per abbonarsi e per acquistare i singoli fascicoli rivolgersi alla:

Società editrice il Mulino  
Strada Maggiore 37  
40125 Bologna  
tel. (051) 256011

Gli abbonamenti possono essere sottoscritti tramite:

- conto corrente postale 15932403
- assegno bancario non trasferibile intestato alla Società editrice il Mulino
- carta di credito (Visa/Mastercard o American Express)

Gli abbonamenti decorrono dal gennaio di ciascun anno. Chi si abbona durante l'anno riceve i numeri arretrati.

I fascicoli non pervenuti all'abbonato devono essere reclamati esclusivamente entro 30 giorni dal ricevimento del fascicolo successivo. Decorso tale termine, si spediscono solo contro rimessa dell'importo.

Gli abbonamenti non disdetti entro il 31 dicembre si intendono rinnovati per l'anno successivo.

Per cambio indirizzo allegare alla comunicazione la targhetta-indirizzo dell'ultimo numero ricevuto.

Gli abbonati al «Giornale Italiano di Psicologia» godono dello sconto del 10% su tutti i volumi pubblicati dalla Società editrice il Mulino, indirizzando l'ordine direttamente all'editore e precisando la loro situazione di abbonato.

Periodico trimestrale – Spedizione in abbonamento postale – Pubblicità inferiore al 50%.

# COMPORTAMENTO DI VOTO E AZIONE COLLETTIVA: IL RUOLO DELL'IDENTITÀ SOCIALE

PATRIZIA CATELLANI

*Università Cattolica di Milano*

L'articolo di Giroto offre un esempio di come la psicologia, attraverso i risultati della ricerca empirica, possa contribuire a mettere in discussione un approccio teorico, la teoria della scelta razionale, che ha costituito il punto di riferimento, esplicito o implicito, di molte delle spiegazioni offerte finora del comportamento di voto e dell'azione collettiva. Sicuramente elegante dal punto di vista formale e chiara nella formulazione, la teoria della scelta razionale ha incontrato però serie difficoltà nella previsione del comportamento politico, e il cosiddetto «paradosso dell'elettore» (del quale Giroto parla nell'articolo) ne è un chiaro esempio. Parte di queste difficoltà è sicuramente dovuta al fatto che nell'applicazione di questa teoria allo studio del comportamento politico è implicita una visione della natura umana semplificata e non fondata sulla verifica empirica. Tale visione si basa essenzialmente su due presupposti: il primo è quello della razionalità della mente umana, e il secondo è quello del perseguimento dell'interesse personale, principalmente di tipo economico. Come ha osservato Simon (1995), i progressi compiuti dalla ricerca psicologica offrono la possibilità di mettere in discussione entrambi questi presupposti, e fanno ben sperare in merito alla possibilità di definire una visione forse meno elegante, ma più «realistica» della natura umana. Una visione che tenga conto dei fattori psicologici di varia natura che possono intervenire nelle scelte politiche dei soggetti.

Più volte Giroto nel corso del suo articolo mette in rilievo che la spiegazione di comportamenti come la cooperazione e il voto costituisce un quadro complesso, nel quale diversi fattori, «regole morali, regole sociali, principi razionali e illusioni cognitive, interagiscono in modi diversi» (p. 717). Tuttavia non solo l'attenzione di Giroto si concentra soprattutto sui fattori di matrice cognitiva ma, qua e là nel testo, vi è il rischio che alcune frasi possano essere interpretate, magari da un lettore affrettato, come se per Giroto la sfera psicologica si riducesse in qualche modo alla sfera cognitiva. A p. 722, a proposito dei fattori che contribuiscono a determinare le azioni collettive, Giro-

to dice che «alcuni teorici hanno espressamente indicato la necessità di considerare i fondamenti *psicologici* di queste azioni», e i riferimenti citati immediatamente dopo riguardano per l'appunto solamente la considerazione di fattori *cognitivi*. Non mi sembra dunque inutile sottolineare l'importanza che anche altri fattori, di matrice *sociale*, possono avere nel determinare l'azione collettiva, ed è su questo che vorrei fare qualche osservazione.

Le teorie sulla cooperazione citate nell'articolo (in alcuni casi confortate anche da risultati empirici) mettono in rilievo diverse tra le possibili motivazioni, anche di natura cognitiva, che possono indurre i soggetti a compiere azioni non mirate unicamente a massimizzare la propria utilità personale. Tuttavia mi sembra che anche una teoria come quella dell'*identità sociale* potrebbe costituire un punto di riferimento utile nella spiegazione di questo tipo di azioni.

Se, concordemente con la definizione di identità sociale proposta da Tajfel e Turner (1986), assumiamo che parte dell'identità di una persona è costituita dalla sua appartenenza a uno o più gruppi, allora assumiamo anche che il gruppo, quindi le altre persone, possono entrare a determinare la stessa natura umana, incluse le scelte che ne derivano. Questo significa aprire una breccia in quella visione radicalmente egoistica della natura umana propria della teoria della scelta razionale. In determinate circostanze, quando l'identità sociale diviene particolarmente saliente per il soggetto, questi può essere indotto a perseguire, attraverso la propria scelta, l'interesse del gruppo accanto a quello personale, se non addirittura a scapito di questo. In questo modo infatti il soggetto può raggiungere l'obiettivo, in quel momento per lui prevalente, di esprimere e rafforzare la propria identità sociale.

La possibilità che il soggetto decida sulla base della propria identità sociale, anziché sulla base del proprio interesse personale immediato, rimanda alla distinzione, solamente accennata nell'articolo, tra decisioni basate su *valori strumentali*, quindi su bisogni di tipo «materiale», economico, e decisioni basate su *valori espressivi*, quindi sul bisogno di esprimere se stessi. A questa seconda categoria appartengono le scelte fatte ad esempio per dovere o per amore, e in essa possono rientrare anche le scelte fatte per esprimere la propria identità sociale. Si è detto (lo hanno detto i teorici della scelta razionale) che le scelte basate su valori di tipo espressivo, spesso apparentemente altruistiche, sono in realtà riconducibili a motivazioni egoistiche, quali la gratificazione derivante dal senso di aver fatto il proprio dovere e così via. Analogamente, nel caso delle decisioni basate sull'identità sociale si potrebbe dire che il soggetto ottiene comunque un beneficio personale, nel senso che rafforza la componente sociale della propria identità. Anche in questo caso si tratterebbe insomma di decisioni basate non tanto sull'interesse altrui (siano essi singole

persone o gruppi) quanto sull'interesse personale mascherato da interesse altrui.

Senza entrare nella difficile questione di quali decisioni possano dirsi davvero altruistiche, ciò che più importa mettere in evidenza è che decisioni basate su valori strumentali *vs.* espressivi spesso conducono *di fatto* a comportamenti diversi. Si pensi ad esempio a un soggetto che si trovi a far parte di un gruppo svantaggiato rispetto ad altri (i cosiddetti gruppi *low status*): se una decisione basata sull'interesse personale potrebbe indurre quel soggetto a lasciare il proprio gruppo per spostarsi in uno avvantaggiato (*high status*), una decisione basata sull'identità sociale potrebbe invece indurlo a rimanere nel primo gruppo, nonostante egli abbia in teoria la possibilità di lasciarlo e nonostante non vi siano prospettive di immediato miglioramento per quel gruppo.

Che l'identità sociale possa giocare un ruolo nel determinare le scelte politiche comincia oggi a essere verificato empiricamente. Alcune ricerche hanno centrato l'attenzione sui possibili legami tra identità sociale e comportamento di voto (cfr. Abrams, 1994; Abrams e Emler, 1992; Simon, Kulla e Zobel, 1995). Altre ricerche hanno invece messo in evidenza le relazioni che esistono tra identità sociale e azione collettiva (cfr. Kelly e Kelly, 1994; Kelly e Breinlinger, 1996; Catellani, Saita, Bernardelli e Capelletti, 1996). In queste ultime ricerche sono stati indagati campioni di soggetti coinvolti in azioni collettive di diverso tipo (manifestazioni, raccolte di firme, campagne elettorali, ecc.), e il loro grado di coinvolgimento è stato messo in relazione con diversi possibili antecedenti psicologici dell'azione collettiva: tra questi l'efficacia personale, la deprivazione relativa, l'orientamento individualista/collettivista e, appunto, l'identità sociale. Dai risultati è emerso che il ruolo dell'identità sociale è spesso preminente rispetto a quello giocato da altri antecedenti.

Una volta dimostrato questo, rimane aperto alla ricerca il problema di chiarire come l'identità sociale interagisce con gli altri fattori coinvolti nell'azione collettiva, e come questa interazione può variare in funzione delle caratteristiche del gruppo impegnato nell'azione collettiva, così come del target al quale tale azione è rivolta. A questo scopo, di particolare interesse appare il confronto tra diversi tipi di attivismo, attivismo di partito, sindacale, in favore della donna e così via.

In conclusione mi è sembrato utile sottolineare l'importanza che i fattori di matrice sociale, in particolare un fattore come l'identità sociale, possono avere nella spiegazione dell'azione collettiva. In effetti finora la ricerca in tema di identità sociale si è focalizzata soprattutto sui correlati cognitivi dell'identità, più che sui suoi rapporti con l'azione. L'utilità euristica di questa nozione nello studio dell'azione collettiva comincia ora però a emergere dai dati di ricerca, e invita a

proseguire su questa strada, anche per precisare, ed eventualmente ampliare, le possibilità di applicazione della teoria dell'identità sociale.

Che una prospettiva come questa si possa integrare con quella cognitiva descritta da Girotto è possibile e sicuramente auspicabile. Mi sembra anzi che ci siano tutte le premesse perché lo studio dell'azione, e dell'azione collettiva in particolare, possa divenire un ambito privilegiato per lo sviluppo di un dialogo fruttuoso tra psicologia cognitiva e psicologia sociale.

## BIBLIOGRAFIA

- ABRAMS D. (1994). Political distinctiveness: An identity optimising approach. *European Journal of Social Psychology*, 24, 357-365.
- ABRAMS D., EMLER N. (1992). Self denial as a paradox of political and regional social identity: Findings from a study of 16 and 18 year olds. *European Journal of Social Psychology*, 22, 279-295.
- CATELLANI P., SAITA E., BERNARDELLI L., CAPELLETTI E. (1996). Azione di partito e azione sindacale: le determinanti psicosociali. Manoscritto non pubblicato.
- KELLY C., BREINLINGER S. (1996). *The social psychology of collective action*. London: Taylor and Francis.
- KELLY C., KELLY J.E. (1994). Who gets involved in collective action? Social psychological determinants of individual participation in trade unions. *Human Relations*, 47, 63-88.
- SIMON H.A. (1995). Rationality in political behavior. *Political Psychology*, 16, 45-61.
- SIMON B., KULLA K.C., ZOBEL M. (1995). On being more than just a part of a whole: Regional identity and social distinctiveness. *European Journal of Social Psychology*, 25, 325-340.
- TAJFEL H., TURNER J.C. (1986). The social identity theory of intergroup behaviour. In *Psychology of intergroup relations*, eds. F. Worchel, W.G. Austin. Monterey, CA: Brooks Cole.

*La corrispondenza va inviata a Patrizia Catellani, Dipartimento di Psicologia, Università Cattolica del Sacro Cuore, Largo A. Gemelli 1, 20123 Milano, e-mail: catel@imicilea.cilea.it*