

L'identità sociale

Che cos'è l'identità

- Nei termini dell'esperienza psicologica dell'individuo l'identità è sia «l'insieme organizzato delle conoscenze, dei sentimenti, dei ricordi, delle rappresentazioni e dei progetti che si riferiscono all'individuo», sia «il sentimento di continuità di sé nel tempo e nello spazio» (Pintus 2008)
- Come concetto, l'identità tout court si riferisce «all'esperienza che l'individuo ha di sé e della propria specificità» (Ibid.)
- L'identità permette anche di presentarsi agli altri in un certo modo

L'identità è sociale

- L'identità è un'esperienza individuale ma ha un'origine sociale
- William James e Herbert Mead parlano del rapporto tra Io e Me
 - Il Me è costituito dall'insieme organizzato degli atteggiamenti degli altri che l'individuo fa propri.
 - L'Io è la risposta soggettiva agli atteggiamenti degli altri.
- Mead: l'altro generalizzato
 - l'insieme dei significati elaborati da uno specifico gruppo sociale interiorizzati dall'individuo
- Assumere il punto di vista dell'Altro generalizzato significa riuscire a vedere ciò che accade nella società a partire dalla prospettiva di questo gruppo sociale. Significa anche comprendere e valutare noi stessi a partire da questa prospettiva

Gruppi e identità

- Le ricerche dei coniugi Sherif
- Competizione tra gruppi e identità
- L'appartenenza al gruppo crea un atteggiamento di favore verso i membri del proprio gruppo e di sfavore verso i non appartenenti (favoritismo per l'ingroup)

Queste ricerche evidenziano la facilità e rapidità con le quali si forma il senso di appartenenza ad un gruppo e conseguentemente un senso di identità

I gruppi minimi

- Il paradigma sperimentale dei gruppi minimi
- Gruppo minimo significa ricostruire in laboratorio le condizioni minime che permettono di vivere l'esperienza del gruppo

Membro 74 del gruppo Klee	7	8	9	10	11	12	<u>13</u>	14	15	16	17	18	19
Membro 44 del gruppo Kandisnsky	1	3	5	7	9	11	<u>13</u>	15	17	19	21	23	25
	(c)						(a)						(b)
	← (e) →												(d)

Le cifre corrispondono alle somme di denaro elargite da un soggetto appartenente al gruppo Klee:

- (a) imparzialità
- (b) massimo profitto comune
- (c) massima differenza a favore dell'ingroup
- (d) massimo profitto a favore dell'ingroup

Risultati dell'esperimento

Le soluzioni maggiormente scelte erano quelle che massimizzavano la differenza tra l'ingroup e l'outgroup, anche se questo significava un profitto minore

La semplice appartenenza al gruppo minimo è sufficiente a orientare il giudizio del singolo a favore dei membri del proprio ingroup e contro i non appartenenti

Il senso di appartenenza a un gruppo si sviluppa a prescindere dalla presenza di membri reali del gruppo, dal fatto che si siano instaurati legami significativi con altri appartenenti al gruppo e dalla rilevanza personale che assume il gruppo per il singolo individuo

La teoria dell'identità sociale

- Tajfel elabora la teoria dell'identità sociale illustrando alcuni processi fondamentali:
- Categorizzazione
- Appartenenza
- Confronto sociale

- Non ci limitiamo a classificare gli altri come membri di questo o quel gruppo, ma collochiamo anche noi stessi in rapporto a quegli stessi gruppi.
- Dato che una parte del nostro concetto di sé (identità) è definita sotto forma di affiliazioni ad un gruppo, un'ulteriore conseguenza di ciò è che saremo più propensi a vedere quei gruppi di appartenenza sotto una luce più favorevole.

Identità e autostima

- La ragione per cui siamo così propensi ad assumere la posizione di membri di un gruppo e a favorire il gruppo di appartenenza è che l'appartenenza al gruppo è vitale per la nostra autostima
- È vitale per la nostra autostima che l'identità che siamo in grado di costruire per noi stessi sia positiva e valorizzata
- L'alto valore che poniamo ai gruppi e categorie alle quali apparteniamo ha senso solo se paragonato al valore minore attribuito ad altri gruppi e categorie. In questo senso noi mettiamo in atto un processo di confronto sociale

Non solo gruppi reali...

- L'identità si costruisce attraverso l'appartenenza a diversi gruppi. Essi possono essere reali, ovvero gruppi fatti di persone reali con le quali intratteniamo rapporti quotidiani ma possono essere anche:
- Gruppi di riferimento:
 - «qualsiasi gruppo formale, informale o simbolico del quale l'individuo è membro da un punto di vista psicologico» (Hyman);
 - «quel gruppo la cui prospettiva può essere utilizzata per inquadrare e organizzare il suo campo percettivo... è un pubblico di personaggi reali o immaginari ai quali vengono attribuiti certi valori» (Shibutani)

Identità situate, fluide, cangianti

- Alcune appartenenze sono maggiormente centrali per la nostra identità.
- Altre emergono solo in circostanze particolari (es. tutti si diventa tifosi durante i mondiali di calcio) o in contesti particolari (es. luogo di lavoro e casa)
- Le appartenenze rilevanti mutano nel corso di vita degli individui
- Nelle società individualizzate, globalizzate e multiculturali le identità sono complesse e «multiple»

Identità e categorie di genere

- L'identità, in quanto si origina nel sociale, si costruisce a partire dai significati prodotti dalla cultura
- Identificarsi con gruppi e categorie sociali significa fare propri i significati, i valori, le norme e i punti di vista di tali gruppi reali o di riferimento
- Le categorie sociali del maschile e del femminile contribuiscono alla costruzione delle identità di genere

Corpi sessuati e identità di genere

- Il sesso biologico non «determina» l'identità di genere
- L'identità di genere è un progetto
- Per molti individui il progetto di genere è coerente con il sesso biologico: avremo quindi individui di sesso maschile che si identificano con la categoria di genere maschile e viceversa
- Per altri individui questo processo è più complesso e tormentato
- Molte società hanno creato categorie sociali nelle quali sono state ricomprese le esperienze di coloro che non si riconoscono nel genere corrispondente al sesso biologico: il terzo genere
- Oggi parliamo di transgender, crossdressing, transessualità

Il desiderio e la pratica sessuale

- L'eterosessualità è una norma sociale: è il modello dominante di sessualità nelle società occidentali contemporanee sia per gli uomini che per le donne
- L'omosessualità è sempre esistita in tutte le società
- Molte ricerche hanno mostrato che una quota consistente di individui di sesso maschile e femminile ha avuto esperienze omosessuali nel corso della propria vita
- L'orientamento sessuale può modificarsi nel corso di vita individuale

Struttura sociale e identità di genere

- L'industrializzazione e l'economia capitalistica hanno prodotto una separazione tra sfera produttiva e riproduttiva (sfera domestica e sfera pubblica). Ciò ha creato una distanza – non solo di spazi – ma anche tra corsi di vita ed esperienze maschili e femminili
- Il modello fordista fondato su un'organizzazione del lavoro full time-full life, ha spinto questa separazione alle sue estreme conseguenze contrapponendo il binomio donna-riproduzione al binomio uomo-produzione
- Ciò ha favorito la diffusione di modelli identitari polarizzati e complementari: l'identità maschile centrata sul ruolo di breadwinner e l'identità femminile centrata sul ruolo di homemaker
- Nella teoria sociologica questa visione è proposta dalla teoria funzionalista e dalla teorizzazione di Parsons che individua funzioni ben precise e polarizzate per uomini (funzione strumentale) e donne (funzione espressiva)

Pluralità dei modelli di genere

- Il genere è una categoria importante per l'identità sociale: essa si combina con altre categorie altrettanto importanti: la classe sociale, l'appartenenza culturale ed etnica, l'orientamento sessuale...
- Le identità maschili e femminili possono essere molto differenziate (combinandosi con le altre variabili viste sopra).
- Si parla di identità egemone per riferirsi a quella particolare configurazione della prassi di genere che in un dato momento risponde al problema di mantenere lo status quo. E' spesso utilizzata per riferirsi ad alcune forme di identità maschili che permettono di garantire la posizione dominante degli uomini

Maschilità egemone: ideale di maschilità al quale molti uomini fanno riferimento e rispetto al quale altri uomini e ragazzi si sentono inadeguati

La maschilità egemone

- Centralità del lavoro: perseguire una carriera
- Presenza e visibilità nella sfera pubblica
- Breadwinner: sostegno economico per la famiglia
- Omofobia e rifiuto del femminile
 - La virilità è definita più in termini negativi (ciò che un uomo non è) piuttosto che in termini positivi (ciò che egli è) (Kimmel 2002)
- Potere /autorità /controllo
- Competizione
- Eterosessualità
- Matrimonio e famiglia



FATTI I MUSCOLI CON I NUOVI FITNESS VIDEOGIOCHI

FOR MEN

diretto da Andrea Biavardi

€ 2,50 € 1,90 (in regalo)

N. 64 LUGLIO 2008

POSTER GRATIS

UN FISICO DA SPIAGGIA

IN SOLE 4 SETTIMANE
CON 4 DIETE A SCELTA



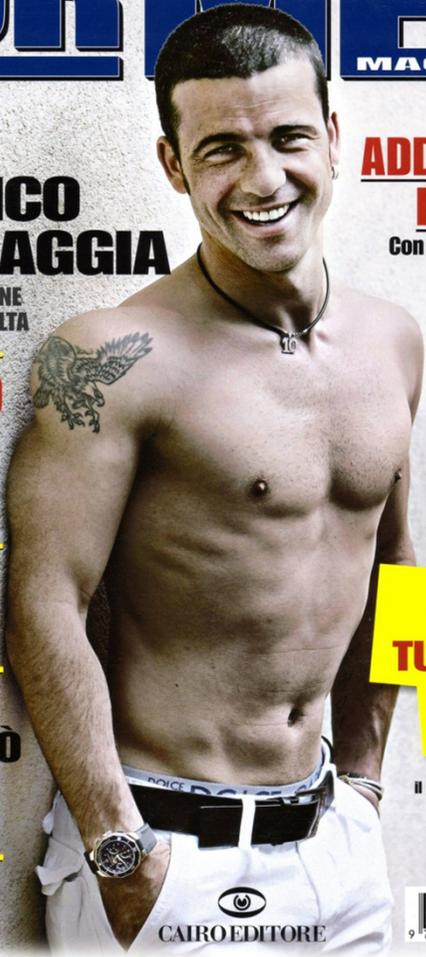
SESSO

LEGGI NEL
PENSIERO
DELLA
VICINA

20 SEGRETI DELL'UOMO MAGRO

QUESTO ESAME PUÒ SALVARTI LA VITA

11 PARADISI DA 400 EURO IN SU



ADDOMINALI DA URLO!

Con gli sport d'acqua

15

**OGGETTI
SENZA CUI NON
PUOI PARTIRE**



SUPERA I TUOI LIMITI

**A LEZIONE DAI
NOSTRI AZZURRI**

Con Antonio Di Natale
il numero 11 della Nazionale
(foto di Ugo Zamborini)

CAIRO EDITORE



New Man & New Lad

- L'uomo Vogue
 - Cura estrema dello stile e dell'abbigliamento
 - Cosmopolitismo
 - Cura per il corpo
 - Interessi culturali
 - È la risposta al femminismo
 - Il target della rivista è la classe abbiente (dirigenti, manager...)
- For Men Magazine
 - Il tema prevalente è il fitness
 - Performance sportiva
 - Cura del corpo (uso di cosmetici e prodotti di bellezza) e della propria fisicità
 - Attenzione per la salute del corpo (attenzione per l'alimentazione, ecc.)
 - È la reazione al femminismo
 - Il target è la classe media

- La competenza tecnologica ha preso il posto della forza fisica e della manualità come elementi centrali per l'identità lavorativa
- Anche la fisicità assume un significato diverso: dal corpo che produce al corpo come oggetto di cura

Identità marginali

- Maschilità di protesta
- Vulnerabilità nel mercato del lavoro: mano d'opera a bassa qualificazione, disoccupazione, lavoro precario ...
- L'esperienza della violenza: in famiglia (violenza domestica), a scuola (punizioni, espulsioni), nel gruppo dei pari (risse), nel rapporto con lo stato (carcere, ecc.) ... la violenza come esibizione di maschilità
- Il gruppo come mezzo di espressione della maschilità
- Eterosessualità come norma, misoginia e omofobia

Espressione esagerata di potenza che la cultura europea associa alla maschilità.
Reazione all'impotenza che provoca un reclamo della posizione di potere data dal genere e un'esagerazione compulsiva delle convenzioni maschili

Relazioni ...

- L'attenzione verso le relazioni non è un attributo della maschilità egemone
- Ci sono segnali che fanno pensare ad una maggiore importanza attribuita alle relazioni da parte di alcuni uomini... soprattutto in ambito familiare
- Le identità maschili sono contraddittorie e sfumate...
-