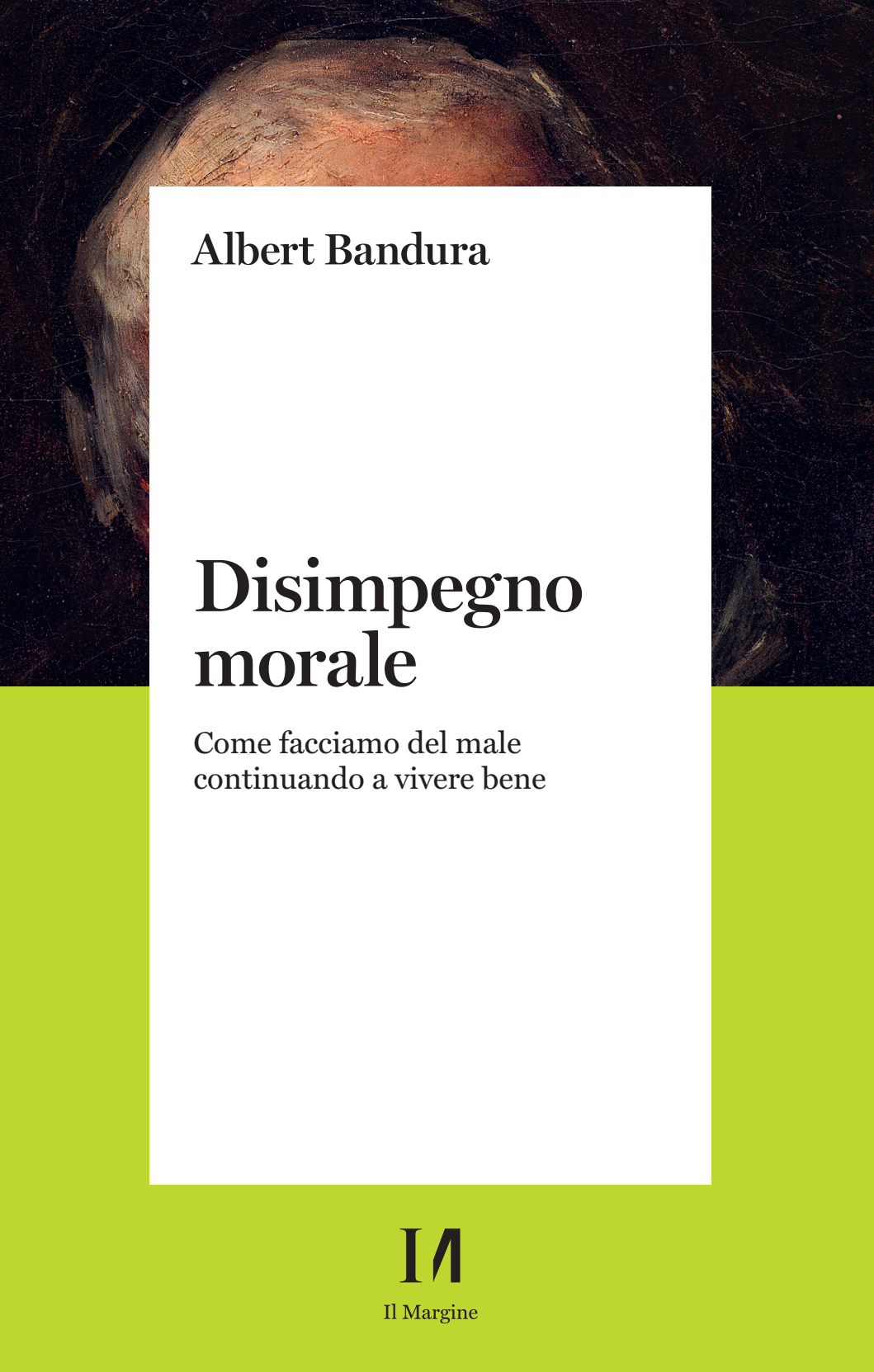




Albert Bandura

Disimpegno morale

Come facciamo del male
continuando a vivere bene

IM

Il Margine



**Cosa hanno in comune un terrorista
e un banchiere dell'alta finanza?
L'industria delle armi e quella
dell'intrattenimento? I crimini
ambientali e la pena capitale?**

Partendo da alcune delle grandi
questioni morali del nostro tempo
— che coinvolgono il mondo dello
spettacolo, il commercio di armi,
il sistema finanziario — e arrivando
fino al terrorismo, Bandura descrive
il meccanismo grazie al quale gli
individui riescono a «disimpegnarsi»
temporaneamente dalla morale senza
sentirsi in colpa, come se questa fosse
un interruttore che si può accendere
e spegnere a proprio piacimento.

Albert Bandura

1925-2021

Albert Bandura è stato tra i più eminenti psicologi contemporanei. Le sue ricerche sull'apprendimento e la teoria sociale cognitiva hanno ispirato e influenzato accademici, teorici e politici. Nel 2016 Barack Obama gli conferì la prestigiosa National Medal of Science. Di Bandura, le Edizioni Centro Studi Erickson hanno pubblicato *Il senso di autoefficacia* (1996), *Autoefficacia* (2000) e *Adolescenti e autoefficacia* (2012).

Pluralità. Eterogeneità. Apertura.

Il Margine, progetto editoriale di Erickson, dà voce a punti di vista dissonanti e originali per metterli al centro del pensiero e del dibattito.

IN COPERTINA Francisco de Goya, *El tío Paquete*, 1819-1820 circa, by Tulip Hysteria, marked with Public Domain Mark 1.0

PROGETTO GRAFICO Bunker

€ 28,00

Sommario

11	Prefazione
17	1. LA NATURA DELL'AGENCY MORALE
22	La teoria sociocognitiva
26	Condeterminazione triadica
30	La libertà nel contesto dell'interazione triadica delle influenze
32	L'interazione tra influenze sociali e autoinfluenze
36	I modi dell'agency
42	Determinanti fortuite dei percorsi di vita
44	La natura della natura umana
45	La natura come determinista o potenzialista
53	La crescente supremazia dell'agency umana nel processo di coevoluzione
57	La teoria sociocognitiva della moralità
72	Aspetti evolutivi del disimpegno morale
80	Bullismo e cyberbullismo
85	La neuroetica
85	La teoria agentica e la teoria subpersonale della moralità
90	Il dilemma neuroetico
99	2. I MECCANISMI DEL DISIMPEGNO MORALE
100	Il locus comportamentale
100	Le giustificazioni morali, sociali ed economiche
107	Il linguaggio eufemistico
113	Il confronto vantaggioso
117	Il locus dell'agency
117	Lo spostamento della responsabilità
123	La diffusione della responsabilità
127	Il locus degli effetti
127	Noncuranza, travisamento e negazione degli effetti lesivi
136	Il disimpegno morale di chi assiste a pratiche lesive

137	La Chiesa cattolica
153	La BBC
158	La Pennsylvania State University
161	Il locus della vittima
161	La deumanizzazione
170	L'attribuzione della colpa
172	Il potere dell'umanizzazione
174	Lo sviluppo della compassione
183	L'interconnessione tra alcune componenti del disimpegno morale
183	Il potere trasformativo del disimpegno morale progressivo
187	Il disimpegno morale a livello dei sistemi sociali
190	Il disimpegno morale e l'autoinganno
195	3. L'INDUSTRIA DELL'INTRATTENIMENTO
197	Strategie di ricerca
200	I quattro tipi di effetti esercitati dai media
200	L'effetto educativo
209	Effetti motivazionali e autoregolatori
213	Effetti di desensibilizzazione e assuefazione
216	La costruzione sociale della realtà
221	Il disimpegno morale sistemico
226	Le giustificazioni sociali e morali
231	Il confronto vantaggioso
233	Il linguaggio eufemistico
234	Spostamento e diffusione della responsabilità
238	La negazione e la contestazione degli effetti negativi dei media
244	Il mio battesimo nell'ambito delle politiche pubbliche
251	L'attribuzione della colpa agli spettatori
255	Deumanizzazione degli spettatori e denigrazione degli oppositori
265	Antidoti e rimedi per le disumanità televisive
271	I cambiamenti della scena mediatica

277 4. L'INDUSTRIA DELLE ARMI

- 280 **L'aumento della letalità delle armi da fuoco**
- 282 **Costi e benefici delle armi nella società**
- 285 **Il disimpegno della moralità**
- 285 Le giustificazioni morali e sociali
- 289 Il linguaggio eufemistico
- 293 Il confronto vantaggioso
- 296 Diffusione e spostamento della responsabilità
- 305 La minimizzazione degli effetti negativi
- 307 L'attribuzione della colpa
- 309 La presunta inutilità della regolamentazione delle armi
- 311 Tipi di lesione pubblica dovuti al crimine
- 314 La denigrazione degli avversari
- 320 **L'escalation della guerra delle armi**
- 332 L'esercizio del potere politico per bloccare le riforme delle armi
- 336 **Verifica della capacità sociale di adottare leggi ragionevoli sulle armi**
- 337 Il tramonto della speranza di una riforma delle armi
- 344 Lo spostamento causale alla malattia mentale
- 353 La campagna dell'NRA (National Rifle Association) contro le misure preventive
- 356 La disfatta della riforma delle armi
- 362 Come vengono scoraggiate le politiche ragionevoli sulle armi
- 366 La familiarizzazione con le armi della nuova generazione
- 369 **La fase costituzionale nella battaglia delle armi**

373 5. IL MONDO AZIENDALE

- 374 **La triade dei deterrenti delle attività trasgressive**
- 377 **L'industria della finanza**
- 377 Lo scandalo dei prezzi dell'elettricità
- 382 La crisi delle casse di risparmio
- 387 La crisi dell'insider trading
- 391 La rovina della contabilità della Enron

394	Lo schema Ponzi di Madoff
397	Rajaratnam: l'insider trading nella sua massima espressione
403	Il collasso economico globale
411	La crescente disuguaglianza di reddito
412	Il Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act
418	La Volcker Rule riveduta
434	Prodotti e processi produttivi nocivi
437	L'industria del tabacco
459	Le sigarette elettroniche
467	L'industria del piombo
474	L'industria chimica: il cloruro di vinile
479	Le industrie che causano silicosi
485	L'industria del carbone
487	L'analisi aggregata
491	6. LA PENA CAPITALE
501	Meccanismi di disimpegno morale
502	Le giustificazioni morali e sociali per la pena capitale
510	Linguaggio eufemistico e confronto vantaggioso
517	Spostamento e diffusione della responsabilità
519	Gli effetti di deterrenza
527	Il disimpegno morale nei diversi livelli del sistema di esecuzione
527	Le politiche pubbliche
530	Il sistema della giuria
539	I boia
552	Il futuro della pena di morte
561	7. TERRORISMO E CONTROTERRORISMO
561	Il terrorismo
566	La creazione di un terrorista: analisi di un processo
571	Modalità di disimpegno morale
571	Giustificazioni morali e sociali
574	Eufemismo e confronto vantaggioso

575	Spostamento e diffusione della responsabilità
579	Minimizzare, distorcere o mettere in discussione gli effetti dannosi
579	L'attribuzione della colpa
580	La deumanizzazione
585	Compromessi morali nella commercializzazione delle armi
588	Varietà di terrorismo
589	Il terrorismo laico
593	Il terrorismo di matrice religiosa
597	Il terrorismo interno
600	Terrorismo non convenzionale
601	Le giustificazioni morali e i mass media
605	Il disimpegno morale nel controterrorismo militare
608	L'impatto degli attentati terroristici dell'11 settembre
615	La giustificazione morale e sociale
622	Il confronto vantaggioso
632	L'edulcorazione eufemistica della violenza bellica
640	Spostamento e diffusione della responsabilità
645	Minimizzare e distorcere gli effetti dannosi
646	La deumanizzazione
648	Dopo la guerra
650	Riconsiderando l'Iraq
665	Affrontare i problemi alla radice
669	8. LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE
670	Le concezioni della natura
670	Gli affari
671	La religione
673	Il dibattito ambientale
679	La guerra culturale ideologica sull'ambientalismo
683	Le fonti del degrado ambientale
683	Le dimensioni della popolazione
687	I danni all'ecosistema
692	Il tabù della sovrappopolazione
699	Il fervido appello di <i>Primavera silenziosa</i>

703	Il disimpegno morale nel contrastare le iniziative ambientalistiche
704	Le giustificazioni sociali e morali
712	Il confronto vantaggioso
717	Il linguaggio eufemistico
722	Spostamento e diffusione della responsabilità
725	Ignorare, sminuire e contestare gli effetti nocivi
741	Deumanizzazione e denigrazione
747	Promuovere il benessere umano e la tutela ambientale con mezzi psicosociali
748	I serial televisivi e radiofonici: veicoli di cambiamento
751	I principi su cui si fondano i serial abilitanti
752	Il modellamento sociale
752	L'efficacia percepita personale e collettiva
754	Motivatori vicari
754	L'impegno attentivo ed emozionale
755	I supporti ambientali
756	Applicazioni globali
756	Promuovere l'alfabetizzazione nazionale
760	Costruire il futuro attraverso la pianificazione familiare
775	Affrontare precocemente i consumi eccessivi
776	Dai gesti simbolici ai cambiamenti fondamentali nello stile di vita
784	Traghetare il futuro nel presente
793	EPILOGO

L'indice analitico, l'indice dei nomi e la bibliografia sono disponibili online su



<https://risorseonline.erickson.it/>
e inserendo il codice di attivazione:

0590-2305-JPYH-0577

1.

La natura dell'agency¹ morale

Una comprensione esauriente della moralità deve spiegare non solo come le persone riescano a comportarsi moralmente, ma anche come possano comportarsi in modo inumano e tuttavia continuare a nutrire rispetto per se stesse e sentirsi a posto. La sfida esplicativa più difficile, va da sé, è racchiusa nella seconda parte dell'affermazione relativa all'esercizio dell'agency morale: come possano comportarsi in modo disumano e nondimeno continuare a nutrire rispetto per se stesse e sentirsi a posto. Di fatto, è più facile spiegare l'adesione ai principi morali che il paradosso della violazione dei propri principi senza la perdita di una buona considerazione di sé. Tale violazione può essere compiuta grazie al disimpegno selettivo delle autosanzioni morali dalla condotta lesiva. Tipicamente, è nelle situazioni morali difficili e nelle crudeltà di vasta portata che si parla di disimpegno dalla moralità. In realtà, esso è comune in tutte le

¹ Utilizzo qui il termine originale usato dall'Autore, *agency*, che era stato reso nella traduzione italiana della summa da lui dedicata all'autoefficacia (*Autoefficacia: teoria e applicazioni*, Trento, Erickson, 2000) con «agentività». Dopo una serie di conversazioni con Bandura e con il suo più grande amico italiano, il prof. Gian Vittorio Caprara, avevo pensato di optare per la recente dizione italiana «agenticità», ma l'ultimo libro di Adriano Zamperini, *Violenza e democrazia*, scritto con Marialuisa Menegatto (Milano, Mimesis, 2016), mi ha persuaso a mantenere *agency* che è oggi la forma più usata anche in Italia [ndt].

situazioni morali impegnative in cui si trovano persone comuni in qualunque frangente della vita quotidiana.

Nello sviluppo di un sé morale gli individui adottano criteri di giusto e sbagliato che svolgono la funzione di guide e deterrenti per la condotta. Fanno ciò che dà loro soddisfazione e sensazione di «valere», ed evitano di compiere azioni contrarie ai loro criteri morali perché tali condotte li porterebbero all'autobiasimo. L'*agency* morale è quindi esercitata grazie al vincolo delle autosanzioni negative, che entrano in gioco qualora la propria condotta violi i propri criteri morali, e al sostegno delle autosanzioni positive per una condotta fedele ai propri criteri morali personali. Di fronte a stimoli situazionali che inducono a comportarsi in modo disumano, le persone possono scegliere di agire in altro modo esercitando la propria autoinfluenza o imparando a farlo. Le autosanzioni fanno in modo che la condotta sia coerente con i criteri interni.

L'esercizio dell'*agency* morale ha due aspetti: uno *inibitorio* e uno *proattivo*. La forma inibitoria si manifesta nella capacità di non comportarsi in modo inumano. La forma proattiva, radicata in un'etica umanitaria, si manifesta con la compassione per coloro che si trovano in difficoltà e le azioni tese a promuovere il loro benessere, spesso pagando un prezzo a livello personale (Rorty, 1993). Nel caso del coraggio morale proattivo gli individui, nel loro agire morale, si contrappongono alle pratiche sociali consolidate, se sono ingiuste e disumane. Una moralità onnicomprensiva include il fare cose buone e non soltanto l'astenersi dal farne di cattive. In ogni caso, le teorie della moralità si concentrano sulle forme inibitorie della moralità più che su quelle proattive.

La maggior parte delle teorie e delle ricerche sulla moralità si focalizza con particolare insistenza sull'acquisizione dei criteri morali e del ragionamento morale, spesso disgiunti dalla condotta morale. Tuttavia, l'acquisizione di criteri morali è soltanto un aspetto dell'*agency* morale. I criteri morali, che si

definiscano coscienza, prescrizioni morali o principi, non regolano la condotta sempre e comunque. Spesso siamo spinti a compiere azioni nocive che ci consentirebbero di ottenere risultati vantaggiosi ma che sono contrarie ai nostri criteri morali. Per intraprendere tali attività, e continuare a vivere in pace con noi stessi, dobbiamo mettere da parte le considerazioni morali sulle nostre azioni, oppure attribuire loro un fine meritevole. Il disimpegno dalle autosanzioni morali consente di venire a patti con i propri criteri morali riuscendo comunque a mantenere un senso di integrità.

I meccanismi di autoregolazione non entrano in gioco a meno che non vengano attivati. Per disimpegnare le autosanzioni morali da una condotta inumana possono essere usate molte manovre psicosociali. L'attivazione selettiva e il disimpegno delle autosanzioni consentono diversi tipi di condotta a persone caratterizzate dagli stessi criteri morali. In realtà, atti crudeli su vasta scala vengono perpetrati tipicamente da persone che possono essere premurose e compassionevoli in altri ambiti della loro vita. Può accadere perfino che siano simultaneamente spietate e benigne nei confronti di individui differenti, a seconda di chi includano ed escludano dalla loro categoria di umanità. Un buon esempio di tale selettività dell'impegno morale è Amon Goeth, famoso comandante nazista di un campo di concentramento. Mentre dettava una lettera piena di empatia e compassione per suo padre malato, vide un prigioniero che gli pareva non lavorare abbastanza. Estrasse la pistola e gli sparò con freddezza. Questo comandante era sopraffatto dalla compassione e al tempo stesso tremendamente crudele.

La figura 1.1 presenta schematicamente otto meccanismi psicosociali con cui le persone disimpegnano selettivamente la propria autoregolazione morale dalla condotta lesiva che mettono in atto. Questi meccanismi operano in quattro aree nel processo di autoregolazione morale. Al *livello comporta-*

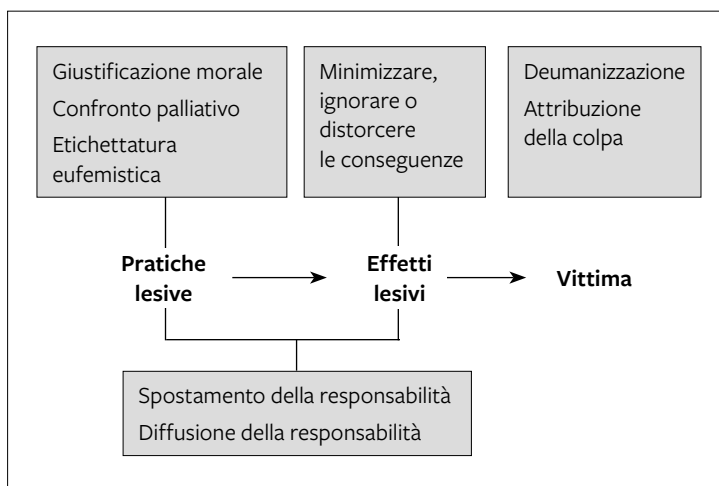


Fig. 1.1 Otto meccanismi attraverso i quali le autosanzioni morali vengono disimpegnate selettivamente dal comportamento lesivo in quattro punti dell'autoregolazione morale. Da A. Bandura, 1986. Ripubblicato con il permesso di Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, NJ.

mentale, le persone legittimano certi mezzi, di per sé nocivi, investendoli di fini sociali e morali meritevoli. I fini nobili vengono usati per giustificare mezzi lesivi. Si può anche rendere benigna o perfino altruistica una condotta deleteria grazie al confronto vantaggioso: la convinzione che le proprie azioni lesive impediranno una sofferenza umana maggiore di quella che causano fa apparire altruistico il proprio comportamento. Le formule eufemistiche, nelle loro forme addolcite e contorte, dissimulano un comportamento nocivo con un linguaggio innocuo riuscendo così a spogliarlo di qualunque umanità.

Questi tre meccanismi a livello del comportamento sono particolarmente potenti poiché adempiono a una duplice funzione: fanno posto alla moralità nella missione lesiva ma disimpegnano la moralità dalla sua esecuzione. Ad esempio, nel caso dei militari, i capi giustificano moralmente la missione

militare sostenendo che sia al servizio di obiettivi umanitari. In ogni caso, i soldati che devono combattere sollevano la moralità dalle loro azioni letali per riuscire a uccidere il nemico senza essere tormentati dal rimorso.

Al *livello dell'agency*, le persone si sottraggono alla responsabilità personale rispetto a condotte lesive spostando la responsabilità su altri e distribuendola in modo ampio, affinché nessuno sia alla fine responsabile. Ciò le assolve dalla colpa del danno causato. Al *livello del risultato*, i perpetratori ignorano, minimizzano, distorcono o perfino mettono in discussione gli effetti nocivi delle proprie azioni. Finché gli effetti nocivi sono fuori dalla vista e fuori dalla mente non è necessario fare i conti con alcuna questione morale poiché non è stato arrecato alcun danno percepito. Al *livello della vittima*, i perpetratori escludono coloro che maltrattano dal proprio concetto di umanità, spogliandoli delle qualità umane o attribuendo loro caratteristiche animalesche. Il fatto di rendere subumane le proprie vittime indebolisce gli scrupoli morali legati al fatto di trattarle duramente. Un ulteriore disimpegno morale rispetto alle vittime consiste nell'incolparle dei maltrattamenti che ricevono o nell'attribuire tali maltrattamenti a circostanze forzate. Con questa modalità di autoassoluzione, i perpetratori si considerano vittime costrette a nuocere per via del comportamento offensivo dei malfattori o a causa di circostanze che non lasciano alternativa. Considerandosi vittime, possono sentirsi nel giusto quando agiscono per reazione. Questo insieme di meccanismi permette di indebolire o eliminare il potere regolatorio delle autosanzioni morali in relazione alle pratiche lesive.

Il disimpegno morale non modifica i criteri morali. Fornisce piuttosto, a coloro che si disimpegnano moralmente, i mezzi per eludere i criteri morali, sottraendo alla moralità i comportamenti lesivi e alleggerendo la propria responsabilità. Comunque, in altri aspetti della vita, queste stesse persone

aderiscono ai propri criteri morali. È la sospensione selettiva della moralità che permette loro di mantenere una considerazione positiva di sé mentre commettono il male.

La teoria sociocognitiva

La concezione della natura e della funzione della moralità è inserita in una più vasta teoria sociocognitiva dell'agency umana (Bandura, 2006c, 2008). Prima di affrontare le questioni relative all'agency morale e al suo disimpegno selettivo, vi presento una breve panoramica dello schema concettuale agentic della teoria sociocognitiva. Essere un agente² significa esercitare un'influenza intenzionale sul proprio funzionamento e sul corso degli eventi determinati dalle proprie azioni. È la capacità di essere personalmente influenti a dare significato all'esercizio della moralità. Se il comportamento umano fosse controllato esclusivamente da forze esterne, sarebbe inutile ritenere gli individui responsabili del loro comportamento.

L'agency umana si manifesta attraverso il pensiero anticipatorio, l'autoreazione e l'autoriflessione. Nel *pensiero anticipatorio*, le persone si motivano e orientano il proprio comportamento creando piani di azione, adottando obiettivi, raccogliendo sfide e immaginando gli esiti probabili dei propri sforzi. Una condizione futura non ha un'esistenza materiale, e dunque non può essere la causa di un comportamento attuale finalizzato alla sua realizzazione. Tuttavia, attraverso la rappresentazione cognitiva, il futuro immaginato viene portato nel presente e fornisce una guida e una motivazione all'azione.

² «Il termine "agent" indica "qualcosa o qualcuno che produce o è capace di produrre un effetto: una causa attiva o efficiente"» (Bandura, *Autoefficacia*, cit.).

In questa forma di autoguida anticipatoria il comportamento è governato da obiettivi immaginati e da risultati anticipati, più che essere spinto da una condizione futura non realizzata. La capacità di collegare gli obiettivi e le conseguenze anticipate alle attività attuali promuove il comportamento intenzionale e lungimirante. Il pensiero anticipatorio permette di trascendere i dettami dell'ambiente immediato e di modellare e regolare il presente per realizzare un futuro desiderato. Se applicata a un corso d'azione di lungo periodo in questioni dotate di valore personale, una prospettiva lungimirante fornisce orientamento, coerenza e significato alla propria vita.

La regolazione del comportamento trasgressivo attraverso le aspettative di risultato opera grazie a tre tipi di sanzioni: legali, sociali e autovalutative. Queste sanzioni regolatorie si basano sull'anticipazione delle conseguenze. Nella forma legale, le persone si astengono dal comportarsi trasgressivamente per paura di essere scoperte e di subire conseguenze giudiziarie. Nella forma sociale, ci si astiene per paura della censura sociale e di altre ricadute sociali sgradite. Nell'autoregolazione basata sulle autosanzioni, è l'autocensura a dissuadere le persone dal comportarsi trasgressivamente. I sistemi di controllo legale e sociale, basati su sanzioni esterne, vengono chiamati «controllo della paura». Il controllo basato sulle autosanzioni viene chiamato «controllo della colpa».

L'autoregolazione attraverso le autosanzioni si manifesta in due modi. Il primo implica l'esercizio dell'astensione dal comportamento che viola i propri criteri perfino quando è improbabile essere scoperti. Il secondo viene vissuto come colpa, rimorso, autocritica e induce a tentare una riparazione per essersi comportati trasgressivamente. Un contesto sociale riuscito tende a sostituire l'autocontrollo al controllo sociale esterno. Come verrà ampiamente dimostrato nei capitoli seguenti, quando vengono compiute attività trasgressive profittevoli senza alcun riguardo per la moralità, i malfattori trova-

no modi creativi per aggirare le sanzioni legali. Se le norme sociali concernenti la riprovazione delle attività trasgressive si sono sgretolate, le sanzioni sociali hanno scarso peso come deterrenti. Nonostante la centralità delle autosanzioni nella regolazione del comportamento, esse in genere non vengono riconosciute o non vengono misurate nelle teorie psicosociali ed economiche. Che siano «buone» o «cattive», le persone devono comunque vivere in pace con se stesse, con le scelte fatte e con il modo in cui si sono comportate nella vita quotidiana. È impossibile governare una società civile soltanto con il controllo della paura. Sarebbero necessari una sorveglianza sociale enorme e un sistema di sanzioni punitive molto esteso per reprimere la mancata obbedienza. In realtà, una società civile è prevalentemente una società che si autogoverna.

La seconda proprietà agentica è l'*autoreazione*. Gli agenti non sono solo pianificatori dotati di pensiero anticipatorio, ma si autoregolano. Come ha notato Searle (2003), dopo aver concepito un'intenzione e un piano d'azione, non si può semplicemente restare inerti, stare a guardare e attendere che i risultati auspicati si producano. L'agency quindi non implica soltanto la capacità deliberativa di effettuare scelte e di concepire piani di azione, ma anche la capacità di adottare corsi di azione appropriati e di motivarne e regolarne l'esecuzione. Nel processo di autoregolazione, gli individui adottano criteri valutativi di condotta, giudicano il proprio comportamento relativamente a quei criteri e rispondono con l'autoapprovazione o l'autocensura a seconda che il comportamento sia o non sia all'altezza dei criteri adottati (Bandura, 1991a). Nei casi di fallimento morale, i criteri morali sono svincolati dal comportamento nocivo.

La terza proprietà agentica è l'*autoriflessione*. Gli individui non sono soltanto autori di azioni, ma anche esaminatori del proprio funzionamento. Essi riflettono sulla propria efficacia personale, sulla bontà dei loro pensieri e azioni, sui

loro valori e sul significato e la moralità dei propri scopi. È a questo più alto livello di autoriflessione che le persone affrontano i conflitti rispetto ai vari corsi di azione e a valori conflittuali, per poi scegliere una condotta piuttosto che un'altra. La capacità metacognitiva di riflettere sulla propria natura e sull'adeguatezza dei propri pensieri e azioni è la proprietà più tipicamente umana dell'agency. È innanzitutto al livello dell'autoriflessione che gli individui affrontano le situazioni problematiche e, quando scelgono corsi di azione trasgressivi, prendono le distanze dalla propria condotta lesiva e si assolvono.

Queste funzioni agentiche si fondano sulla convinzione delle proprie capacità causative. Tale autoconvinzione fondamentale, chiamata «autoefficacia», è la base delle aspirazioni, della motivazione e dei successi umani (Bandura, 1997). A meno che le persone non credano di poter produrre gli effetti desiderati grazie alle proprie azioni, avranno scarsi incentivi ad agire o a perseverare di fronte alle difficoltà. Qualunque essi siano, gli altri fattori che orientano e motivano il comportamento si fondano comunque sulla convinzione fondamentale di poter influenzare il corso degli eventi con le proprie azioni.

Le convinzioni di autoefficacia influenzano la qualità del funzionamento umano attraverso processi cognitivi, motivazionali, emozionali e decisionali e più in particolare sul fatto di pensare in termini ottimistici o pessimistici, in modo autoabilitante o autodebilitante. Esse contribuiscono all'autoregolazione della motivazione influenzando le sfide e gli obiettivi perseguiti, l'impegno verso tali obiettivi, l'energia investita nelle attività intraprese e la perseveranza di fronte alle avversità.

Le convinzioni di efficacia modellano anche le aspettative di risultato delle persone, ovvero l'aspettativa che i propri sforzi producano risultati favorevoli o avversi. Inoltre, determinano la percezione delle opportunità e degli impedimenti. Le per-

sone con basse convinzioni di autoefficacia si convincono facilmente della inutilità dei loro sforzi di fronte alle difficoltà. Ben presto smettono di provare. Quelle con alte convinzioni di autoefficacia ritengono che gli ostacoli possano essere superati migliorando le proprie abilità di autoregolazione e perseverando nei loro sforzi, e di fronte alle difficoltà tengono duro fino in fondo. Le convinzioni rispetto all'efficacia della propria resistenza rivestono a loro volta un ruolo fondamentale nella qualità della vita emotiva e riguardo alla vulnerabilità a stress e depressione. L'ultimo modo in cui le convinzioni di autoefficacia modellano la vita delle persone riguarda la scelta di attività e ambienti in occasione di decisioni importanti: con le scelte compiute, le persone influiscono su ciò che diventeranno e tracciano la rotta che la loro vita prenderà.

La convinzione resiliente delle proprie capacità di causazione è una risorsa altamente adattiva nello sviluppo personale, nell'adattamento e nel cambiamento. Tuttavia, la capacità agetica non è parte di un sistema di valori predefinito. Può essere usata per fini benigni o distruttivi. I malfattori provvisti di un incrollabile senso di efficacia possono causare un danno enorme. Ad esempio, una fiducia collettiva esagerata nel potere della forza militare ha fatto sì che gli Stati Uniti si impantanassero in guerre che i gradi più alti consideravano moralmente giustificate, e che si sono rivelate disastrose (Halberstam, 1972; Purdam, 2003).

Condeterminazione triadica

Nel corso degli anni, gli studiosi si sono inutilmente divisi tra chi sosteneva che le cause del comportamento umano risiedono nell'individuo (i disposizionisti) e chi le individuava invece nell'ambiente (i situazionisti). La teoria sociocognitiva rifiuta una simile causazione unidirezionale, proponendo

invece una causazione interattiva a tre vie (Bandura, 1986). In questa *condeterminazione triadica*, come mostrato nella figura 1.2, il funzionamento umano è un prodotto dell'interazione tra influenze personali, comportamento assunto dagli individui e forze dell'ambiente che influiscono su di essi. Le determinanti personali includono la dotazione biologica e le influenze intrapsichiche in termini di competenze, sistemi di convinzioni, autoconcezioni, stati emotivi, obiettivi, atteggiamenti e valori. Questi fattori intrapersonali influenzano il modo in cui gli individui percepiscono l'ambiente e il modo in cui si comportano. Il secondo fattore è la natura del comportamento che viene messo in atto e che può assumere forme psichiche, sociali ed emotive. Nelle transazioni della vita quotidiana, il comportamento modifica le condizioni dell'ambiente ed è, a sua volta, modificato dalle stesse condizioni che crea (Patterson, 1976). Gli individui possono suscitare reazioni stereotipate nel loro ambiente sociale, indipendentemente da quel che dicono o fanno, in base alla loro etnia, al loro genere, all'età e alle caratteristiche fisiche. Inoltre, possono suscitare diverse reazioni sociali a seconda dei ruoli e dello status loro conferiti socialmente.

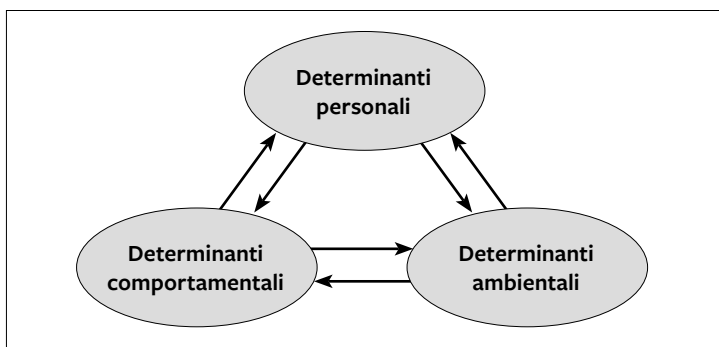


Fig. 1.2 Interazione delle influenze personali, comportamentali e ambientali nella motivazione e nella regolazione del comportamento (Bandura, 2008).

Il terzo fattore, nell'interazione a tre vie fra le determinanti, è la profusione di influenze ambientali. L'ambiente non è una forza monolitica che agisca unidirezionalmente sugli organismi. La teoria sociocognitiva distingue tre tipi di ambienti: imposto, selezionato e creato. L'ambiente fisicamente e socioculturalmente imposto influenza le persone, che esse lo vogliano o no. Queste ultime esercitano uno scarso controllo sulla sua presenza, ma dispongono di qualche margine di libertà quanto al modo di interpretarlo e reagirvi. In ogni caso, per la gran parte, l'ambiente è soltanto una potenzialità che non si realizza finché non viene selezionata e resa effettiva con le azioni intraprese dalle persone. L'ambiente vissuto selettivamente è questo. Ad esempio, benché gli studenti di college vivano tutti nello stesso ambiente del campus, ne fanno un'esperienza differente a seconda dei corsi che seguono, degli eventi extracurricolari cui partecipano e degli amici che si scelgono. All'interno del medesimo ambiente potenziale, alcune persone traggono vantaggio dalle opportunità che esso offre e dai suoi aspetti abilitanti e gratificanti. Altri, invece, restano irrevocabilmente intrappolati nei suoi aspetti debilitanti e avversi. Queste scelte influenzeranno il genere di situazioni moralmente difficili che si troveranno a fronteggiare. Le persone arrivano perfino a costruire nuovi ambienti fisici, tecnologici e sociali per migliorare le condizioni della loro vita. Generando ambienti di loro gradimento che prima non esistevano, esercitano un migliore controllo sulla loro vita. Le condizioni di vita che offrono una vasta gamma di opzioni e opportunità per modificare gli ambienti esistenti e crearne di nuovi richiedono livelli crescenti di agency personale.

L'ambiente non è confinato alle influenze fisicamente vicine. L'integrazione della teoria sociocognitiva con la teoria delle reti sociali specifica le fonti e i modelli delle influenze sociali all'interno di ampie reti sociali (Bandura, 2006b). Inoltre, i re-

centi e rivoluzionari progressi nelle tecnologie elettroniche, che consentono una comunicazione istantanea da un capo all'altro del mondo, hanno trasformato la natura, la portata, la velocità e i luoghi dell'influenza umana (Bandura, 2002d). Oggi le persone trascorrono buona parte della veglia nell'ambiente simbolico del cyberspazio. La vita nel cyberspazio trascende il tempo, le distanze, i luoghi, i confini nazionali e modifica le concezioni che abbiamo di essi. Questa tecnologia trasformativa ha espanso enormemente l'esercizio dell'agency personale e della capacità di creare ambienti personalizzati. Grazie a internet, gli individui hanno sulla punta delle dita i mezzi per trasmettere informazioni e opinioni personali in tutto il mondo, indipendentemente dal tempo e dallo spazio. La capacità di bypassare i *gatekeepers* fornisce la grande libertà di selezionare e creare ambienti simbolici che possono essere trasmessi via internet a un enorme numero di persone. Per giunta, oggi è possibile trascendere il proprio ambiente immediato con i microdispositivi wireless, grazie ai quali un ambiente simbolico immenso diventa portatile e può essere attivato in ogni momento e in ogni luogo. La capacità agentica, comunque, non è parte di un sistema di valori precostituito. Può essere usata a fini benigni o disumani.

Le teorie psicologiche tradizionali sono state formulate molto prima di questi progressi rivoluzionari delle tecnologie informatiche. Oggi, nella nuova era elettronica, viviamo in un mondo molto diverso.

Le battaglie morali adesso vengono combattute attraverso i confini nazionali da persone esperte di internet che condividono informazioni moralmente rilevanti attraverso blog, podcast e dispositivi wireless di messaggistica istantanea, senza limiti.

Queste modalità di influenza globalizzate vengono usate sia al servizio del disimpegno morale sia per denunciare tali azioni immorali.