

PROFESSIONI

L'effetto "pigmalione"

di **Laura Maestri**

Nel 1968 **Robert Rosenthal**, professore di psicologia alla University of California, e **Lenore Jacobson**, preside di una scuola elementare di San Francisco, decisero di collaborare per tentare un esperimento che condussero proprio nell'istituto scolastico gestito dalla Jacobson.

Ai tempi era previsto che i bambini fossero sottoposti ad un **pre-test** sull'intelligenza prima di cominciare l'anno scolastico; successivamente Rosenthal e Jacobson comunicarono agli insegnanti i nomi del 20% degli alunni che nel test avevano dimostrato un **"potenziale superiore alla media di crescita intellettuale"**, aggiungendo che costoro avrebbero sicuramente ottenuto risultati straordinari durante l'anno.

Gli insegnanti non erano però al corrente che i nominativi a loro forniti erano stati scelti **casualmente** fra tutti gli iscritti, senza alcuna relazione con i risultati del test.

Otto mesi dopo, Rosenthal e Jacobson verificarono il rendimento degli alunni e scoprirono che effettivamente le prestazioni di tutti erano state **sensibilmente superiori** alla media.

Cos'era successo? Questo fenomeno, conosciuto come **"effetto pigmalione"** è stato spiegato dallo stesso Rosenthal: **"quando ci si aspetta un determinato comportamento da qualcuno, agiamo in modo che questo comportamento previsto accada con maggiore probabilità"**.

In pratica, gli insegnanti, convinti di avere a che fare con individui superdotati, avevano dato loro maggior attenzione e cura, creando le basi di un maggiore rendimento incoraggiato da un **clima di successo**. Questi ragazzini avevano a loro volta percepito l'**apprezzamento** dei loro insegnanti ed avevano dato il meglio di sé.

La stessa dinamica è replicabile anche nel **contesto aziendale**: l'atteggiamento del "capo" verso i propri sottoposti influisce sulle prestazioni degli stessi.

Più il capo è convinto che la persona abbia un grande potenziale di crescita, più offrirà **supporto, collaborazione, formazione e fiducia**.

In cambio, il subalterno sarà più **coinvolto** e partecipativo nel proprio lavoro e, sentendosi apprezzato, lavorerà di più, otterrà risultati migliori e resterà più **fedele** all'azienda.

Quando si vuole che i collaboratori diano il meglio, si alzino le aspettative; anche un compito gravoso e difficile può essere portato a termine correttamente quando si pensa genuinamente

che la persona sia in grado di farlo, magari confortandola con il messaggio: **“so che non è facile, e so anche che ce la farai”**.

Per approfondire gli aspetti della comunicazione vi raccomandiamo il seguente seminario di specializzazione:

Seminario di specializzazione

COMUNICARE PIÙ EFFICACEMENTE



Bologna Verona Milano Roma