

Pronin E., Puccio C. & Ross L. (2002) "Understanding Misunderstanding: Social Psychological Perspectives" in T. Gilovich, D. Griffin & D. Kahneman, *Heuristics and Biases. The psychology of Intuitive judgment*. Cambridge University Press.

Analisi critica degli effetti dei bias cognitivi e motivazionali sull'interazione sociale (interpersonale e intergruppo)

→ la discrepanza tra conoscenza di sé e conoscenza dell'altro favorisce lo sviluppo di incomprensioni e conflitti e rende difficile il loro superamento

1

I bias cognitivi, percettivi e motivazionali possono creare, esacerbare e perpetuare il conflitto tra individui e gruppi

- le persone che pensano in un determinato modo sono portate a ostacolare gli sforzi e gli obiettivi di chi la pensa in maniera differente
- le persone e i gruppi in disaccordo tra di loro su questioni di mutuo interesse non solo interagiscono in maniera conflittuale ma interpretano, e spesso fraintendono, le parole e i desideri altrui.

2

I conflitti e le incomprensioni dipendono:

- da errate attribuzioni relative al comportamento degli altri
 - da valutazioni distorte del proprio comportamento
- Cecità rispetto al peso che i bias hanno nelle nostre valutazioni e contemporaneamente la tendenza a vedere i bias e le motivazioni ideologiche nelle posizioni degli altri

"biased perceptions can give rise to perception of bias"

3

Pronin & Ross (1999)

valutare la chiarezza espositiva tra ex-partner su rottura rapporto

Risultati

Ognuno:

- ritiene di comunicare in modo chiaro/non ambiguo
 - ha difficoltà a separare «ciò che pensa di aver detto» da «ciò che realmente ha detto»
-
- prova frustrazione nell'ascolto dell'altro: «solita musica»
 - prova risentimento per non sentirsi ascoltato

4

Tendiamo spesso a ritenere che i nostri giudizi, le nostre valutazioni e le nostre scelte si basino su dati oggettivi (REALISMO INGENUO)

In realtà ...

- effetto del giudice
- effetto del falso consenso
→ **egocentrismo dell'adulto**

5

Effetto del giudice

→ Le descrizioni di eventi/fatti/ persone dipendono da chi li descrive

Ad es.: ci sono più elementi in comune nelle descrizioni che Alberto fa di Carlo e Dario che nelle descrizioni che Alberto e Bruno danno di Carlo

6

Falso consenso (Gilovich, 1990)

- prima si chiese ai partecipanti se preferissero la musica degli anni '60 o degli anni '80
- successivamente si chiese quale percentuale di pari avrebbe condiviso la loro preferenza.

→ Tendenza a sovrastimare la percentuale di persone che condividevano i propri gusti

7

Falso consenso (Gilovich, 1990)

I due gruppi, chi preferiva la musica degli anni '60' e chi quella degli anni '80, avevano generato **due differenti insiemi** di brani
→ *rispettivamente esempi più piacevoli di artisti e melodie degli anni '60 nel primo caso e degli anni '80 nel secondo caso.*

8

I nostri giudizi, le nostre valutazioni e le nostre scelte possono dipendere da fattori quali l'espressione del viso, la postura, i movimenti della testa, ecc. ecc.

“zigomi vs sopracciglia”

“matita in bocca”

“postura”

“movimenti della testa verticali vs orizzontali”

9

Difficoltà a separare le informazioni che si usano per valutare uno stimolo da quelle accessibili agli altri

Newton (1990)

tamburellare con le dita una melodia e stimare con quale percentuale la melodia verrà riconosciuta dagli ascoltatori

Risultati

chi riproduce → 50%

chi ascolta → 3%

Chi riproduce “sente” la melodia come se fosse suonata dagli strumenti mentre chi ascolta sente il suono noioso del tamburellare

10

Puccio e Ross (1999)

gioco “scopri il mio mondo”

Vi descriverò ora il 'Mio mondo': vi parlerò delle cose che fanno o non fanno parte del mio mondo, delle cose che nel mio mondo si fanno e non si fanno e di quelle che piacciono o non piacciono. C'è una caratteristica che unifica tutte le cose che ne fanno parte e che le distingue da tutte le cose che non ne fanno parte.

Nel mio mondo ci sono alberi da frutto e uccelli, ma non fiori...

Nel mio mondo ci piace sguazzare e pattinare ma non ci piace nuotare e sciare...

11

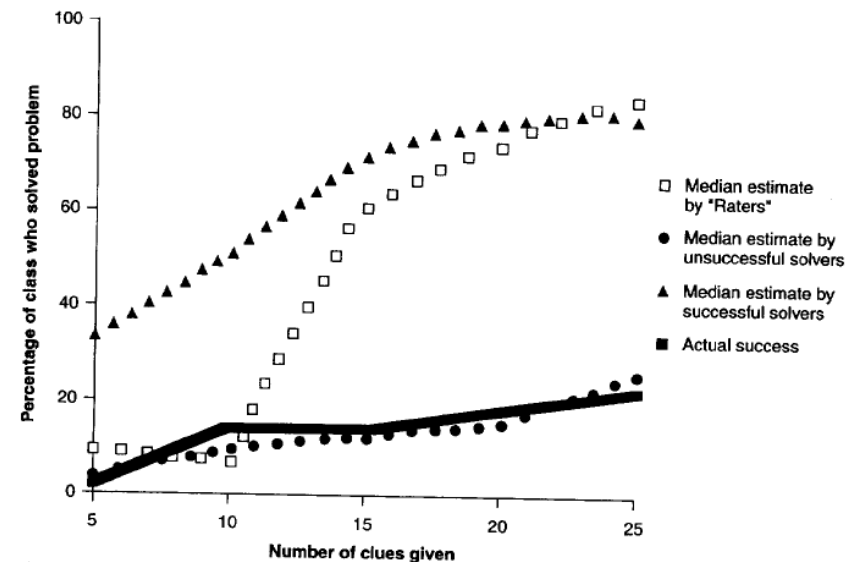


Figure 36.1. Actual versus estimated success in the “My World” problem.

Puccio e Ross (1999)

gioco “scopri il mio mondo”

Risultati

21% scopre la regola dopo 25 indizi

83% di “scoperte previste” da chi conosce la regola

78% di “scoperte previste” da chi scopriva la regola

25% di “scoperte previste” da chi non scopriva la regola

13

La “maledizione della conoscenza”

è molto difficile immaginare di non sapere ciò che si sa

è difficile ignorare ciò che è psicologicamente disponibile

“senno di poi”

→ difficile comunicare ciò che si sa a qualcuno che non lo sa

14

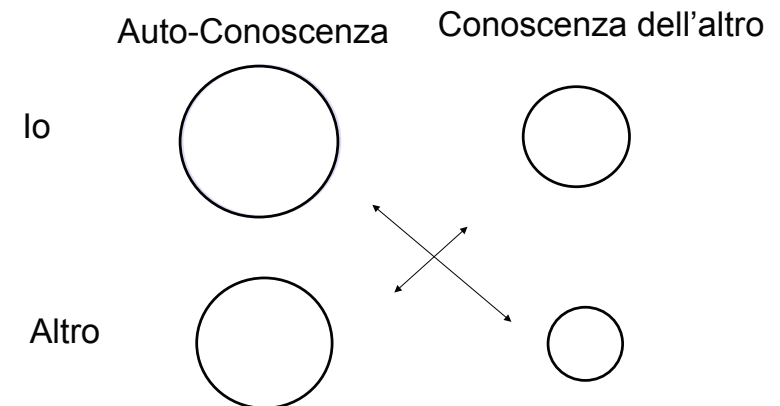
Percezione intrapersonale e interpersonale

Le persone percepiscono:

- le proprie auto-conoscenze come più accurate di quelle degli altri.
- la propria conoscenza delle altre persone come più accurata di quella che gli altri hanno di loro.
- le discrepanze fra la loro auto-conoscenza e la conoscenza che gli altri hanno di loro come maggiore della discrepanza tra l'auto-conoscenza degli altri e la propria conoscenza dei medesimi.

Le stesse convinzioni sono applicabili anche ai gruppi sociali.

15



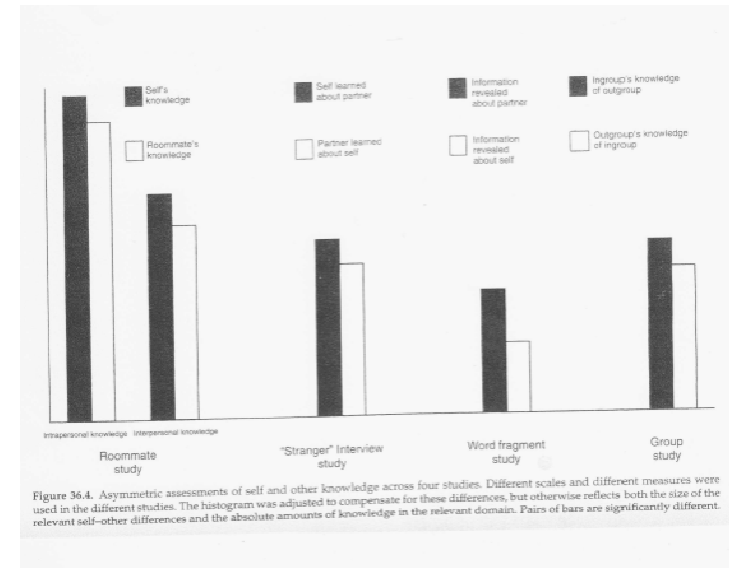
16

Percezione intrapersonale e interpersonale

Pronin et al. (2001)

- compagni di stanza
- persone appena conosciute
- persone che completano frammenti di parole
- gruppi

17



18

I conflitti e le incomprensioni dipendono:

- dalla difficoltà a prendere il punto di vista dell'altro
 - falso consenso
 - sovrastima del contributo individuale
 - difficoltà a separare le informazioni che si usano per valutare uno stimolo dalle informazioni che sono accessibili agli altri
 - discrepanze nella percezione intrapersonale e interpersonale

19

Cosa accade quando diventa evidente che gli altri la pensano diversamente?

- gli altri possono essere stati esposti ad altre informazioni
- non possiedono tutte le informazioni

→ Fiduciosi nella possibilità di convincerli attraverso gli scambi e il dialogo

20

Le persone anche quando sanno che il loro punto di vista dipende dalle specifiche conoscenze che posseggono hanno la tendenza a credere di trovarsi in una posizione vantaggiosa per comprendere l'evento che si sta valutando

→ le proprie conoscenze permettono di
"illuminare" la situazione

tendenza a credere che la propria visione
del mondo sia sostanzialmente oggettiva

21

I fattori cognitivi (disponibilità, peso dato alle prime esperienze/informazioni, tendenza a confermare le proprie credenze) e i fattori motivazionali (desideri e interessi personali, auto-accrescimento) favoriscono i fallimenti nella comunicazione e ci spingono a:

- a ritenere che punto di vista altrui sia influenzato da ideologie, interessi personali, incompetenza e a poco impegno dell'altro. ecc.
- percepire l'eventuale mediatore come ostile (+ attento e + disponibile verso l'altro)
- a sovrastimare le differenze tra le due posizioni

22

→

L'effetto ostilità verso i media e i mediatori

→ L'elaborazione delle informazioni distorta dall'azione dei bias può favorire la percezione della presenza di bias nella posizione neutrale di una terza parte

L'effetto ostilità verso i media e i mediatori

Effetto polarizzazione (Lord, Ross, e Lepper, 1979)

Per moderare le posizioni pro-contro pena di morte:

- Ascolto punto di vista della parte opposta
- Ascolto terza parte neutra

- chi ascolta ritiene che le controparti stiano mentendo per ragioni strategiche o perché influenzate dai propri pregiudizi
- i due gruppi opposti percepiscono mancanza di oggettività nella parte neutra

L'effetto ostilità verso i media e i mediatori

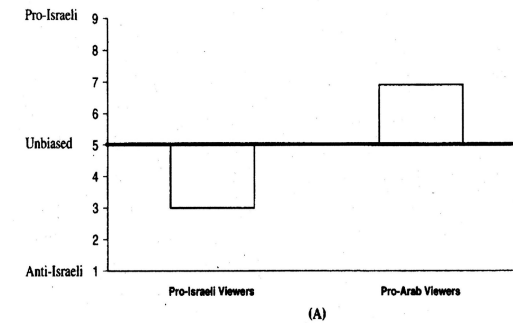
Vallone, Ross, e Lepper (1985)

Percezione di **mancanza di oggettività** dei media

Differenza di opinioni riguardo il conflitto Arabo-Israeliano

- partecipanti: Pro-Arabi e Pro-Israeliani
- materiale: stessi campioni di servizi televisivi riguardo il massacro di Beirut
- VD: percezione di bias nelle informazioni trasmesse dai media

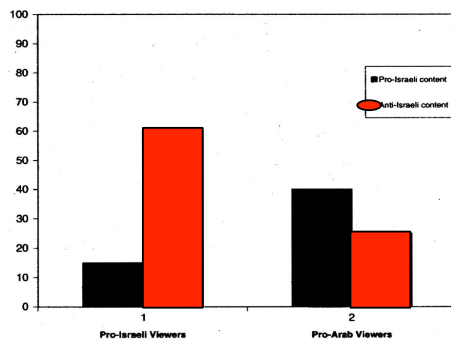
Vallone, Ross, e Lepper (1985)



Pro-Arabi e Pro-Israeliani erano convinti che:

- i media fossero favorevoli al punto di vista opposto al loro;
- il proprio punto di vista fosse trattato ingiustamente;
- i bias dei media riflettessero gli interessi e l'ideologia del programma.

Vallone, Ross, e Lepper (1985)



- Pro-Israeliti: % maggiore di materiale anti-Israele che pro-Isr.
- Pro-Arabi: % maggiore di materiale pro-Israele che anti-Israele
- Pro-Israeliti e Pro-Arabi: il punto di vista neutrale del programma sembra essere influenzato nella direzione della controparte

Vallone, Ross, e Lepper (1985)

Pro-Arabi e Pro-Israeliani erano convinti che:

- maggior presenza di contenuti favorevoli alla controparte
- i media fossero favorevoli al punto di vista opposto al loro;
- il proprio punto di vista fosse trattato ingiustamente;
- i bias dei media riflettessero gli interessi e l'ideologia del programma

→ i 2 gruppi "vedevano" programmi differenti

L'EFFETTO OSTILITA' VERSO I MEDIA E I MEDIATORI

C'è lo stesso effetto se un mediatore cerca di trattare in modo equo entrambe le parti?

Morris e Su (1999)

mostrano che entrambe le parti tendono a percepire il mediatore come più recettivo e fedele alla parte opposta.

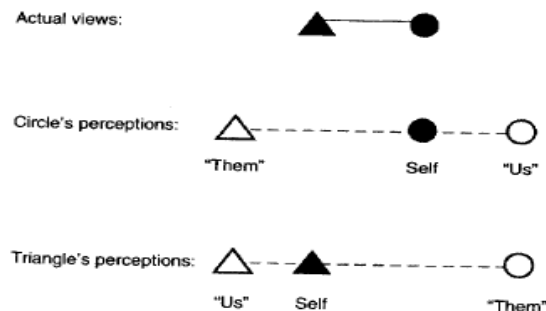
L'EFFETTO DELLA FALSA POLARIZZAZIONE

Il punto di vista della controparte è:

- dettato e distorto dall'ideologia
- tendente all'interesse personale
- pieno di pregiudizi
 - l'altro è visto come estremo, irragionevole e distante.
- **sopravvalutazione** del divario tra i due punti di vista
- **sottostima** della quantità di terreno comune che potrebbe servire come base per la conciliazione e l'azione costruttiva.

L'EFFETTO DELLA FALSA POLARIZZAZIONE

Figure 36.3. Actual versus perceived differences in partisan group views.



Il **pessimismo** sulla possibilità di trovare un *terreno comune* rende difficoltoso se non riluttante un dialogo franco che potrebbe rivelare gli interessi e le credenze comuni.

L'EFFETTO DELLA FALSA POLARIZZAZIONE

Bastardi, Ross e Lepper (1996)

Analisi del "**divario di genere**" reale vs presunto negli atteggiamenti e nelle opinioni riguardo a stupro, molestia sessuale sul posto di lavoro e discriminazione sessuale.

Risultati

sovrastima (da parte sia degli uomini che delle donne):

- delle differenze di genere negli atteggiamenti;
- dell'estremismo e della coerenza delle posizioni sia del genere opposto che dei membri del proprio genere.

L'EFFETTO DELLA FALSA POLARIZZAZIONE

Robinson e Keltner (1996)

Studio sulle aspettative degli insegnanti "tradizionalisti" vs "revisionisti" sul corretto equilibrio di opere tradizionali e non tradizionali nei corsi istituzionali di letteratura inglese.

Risultati

- **sovrapposizione** considerevole delle liste rispettivamente preferite dai due gruppi
 - **sottostima** (da parte di entrambi i gruppi) della sovrapposizione delle liste
- **discrepanza** tra le differenze percepite e quelle effettive

L'EFFETTO DELLA FALSA POLARIZZAZIONE

Assunzioni erranee e preoccupazioni di auto-presentazione.

Le due parti quando si rivolgono agli:

- avversari **difendono la loro posizione** → per paura che le loro "concessioni" diano "argomenti" alla controparte
- "alleati" **esitano a rivelare i loro dubbi** → per paura della disapprovazione dei compagni

ATTENUAZIONE DEL BIAS DI FALSA POLARIZZAZIONE

Puccio e Ross (1998)

Condizioni

1. *esprimere la propria posizione*
2. *esprimere la posizione dell'altro*

Risultati

1. Effetto della falsa polarizzazione → **sovrastima** del gap
2. Visione meno estrema → **riduzione** della sovrastima

PARADOSSO → Le **valutazioni** si sono rivelate **più accurate** nella seconda condizione.

Cosa **fare** quando diventa evidente che gli altri la pensano diversamente?

Confrontarsi, spiegare le proprie ragioni può essere controproducente

Più utile si è dimostrata la tecnica del "prendere il punto di vista dell'altro" in particolare di individuare gli argomenti più forti su cui si basa il punto di vista altrui

Ci mette nelle condizioni di rivelare a noi stessi e agli altri la complessità della situazione, dubbi e eventuali punti deboli della propria posizione