Savitsky, Keysar, Epley, Carter & Swanson

The closeness-communication bias:

Increased egocentrism among friends versus strangers

Journal of Experimental social Psychology, 47, 2011, 269-273

Introduzione

Le persone credono di comunicare meglio con i propri amici/cari che con gli estranei

Dinamiche in cucina:

Chef e sous-chef vs moglie e marito

Closeness-communication bias

La confidenza può portare le persone a sovrastimare l'efficacia della modo in cui comunicano

Introduzione

Comunicazione efficace

Riconoscere l'esistenza di prospettive differenti dalla propria

⇩

richiede tempo e sforzo mentale, soprattutto per limitare gli effetti del bias egocentrico

Introduzione

Egocentrismo

Problemi di comunicazione

Introduzione

Le persone tendono a:

- percepire sovrapposizioni di prospettiva che aumentano in funzione della lunghezza del rapporto e della familiarità (Kenny & Kashy, 1994; Swann & Gill, 1997);
- generalizzare le similitudini e i vantaggi dell'amicizia: assumere implicitamente che un legame in un dominio faciliti la comunicazione in un altro;
- sovrastimare la trasparenza delle proprie caratteristiche personali in particolare quando provano un sentimento di fusione sé-altro (Vorauer e Cameron, 2002).

Obiettivo

- gli individui sono meno inclini a considerare il punto di vista altrui quando comunicano con persone a loro vicine vs estranei?
- in che modo questo influenza l'efficacia della comunicazione?

Studio 1

Ipotesi
Gli ascoltatori sono più egocentrici quando comunicano con un amico vs estraneo

Compito
Il "capo" dava istruzioni a un ascoltatore su come muovere degli oggetti in una griglia 4x4
⇨ 11 celle erano visibili a entrambi, cinque solo all'ascoltatore

Egocentrismo
tendenza degli ascoltatori a guardare o raggiungere oggetti visibili solo a loro stessi

Studio 1 - Metodo

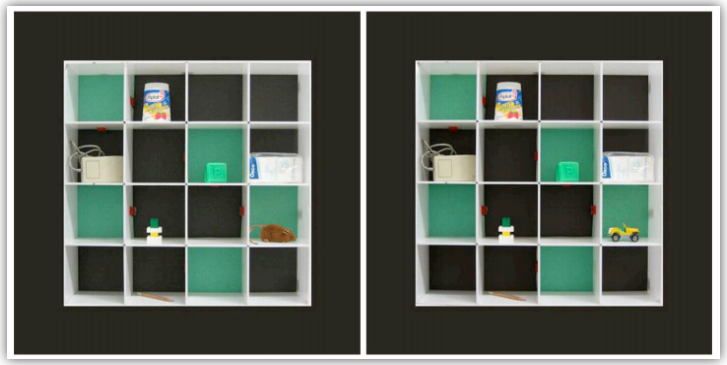
Partecipanti
studenti dell'Università di Chicago (96 ascoltatori e 48 "capi")

Materiali
✓ Griglia con 16 celle contenente da 6 a 9 oggetti

2 Oggetti critici → Target
2 Oggetti critici → Concorrente (Non visibile al "capo")

✓ Registrazione della direzione dello sguardo degli ascoltatori durante l'esecuzione del compito con un dispositivo di eye-tracking

Studio 1 - Metodo



Disegno 2x2

VI relazione: amici vs estranei

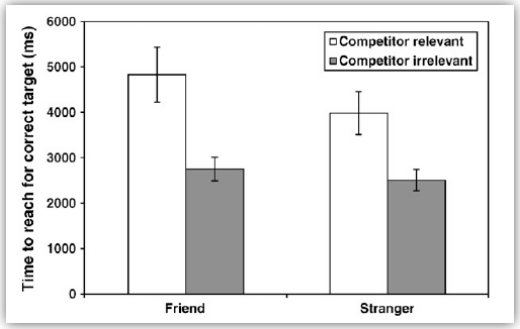
VI rilevanza dell'oggetto concorrente: rilevante vs irrilevante

Studio 1 - Procedura

- il "capo" riceveva un'immagine della griglia dalla sua prospettiva e le istruzioni da dare a voce all'ascoltatore;
- l'ascoltatore doveva spostare gli oggetti seguendo le istruzioni ed era consapevole che il "capo" non vedeva alcuni oggetti;
- ogni ascoltatore aveva otto prove; ogni "capo" giocava sia con un amico che con un estraneo;
- monitoraggio dello sguardo dell'ascoltatore per identificare l'oggetto su cui si focalizzava maggiormente (>100ms) prima di portare a termine il compito
- veniva chiesto ai partecipanti di stimare su una scala 0-10 la vicinanza con il partner di gioco: > 8 amici, < 2 estranei

Studio 1 - Risultati

VD: Tempo impiegato per raggiungere l'oggetto target



Gli ascoltatori, in coppia con gli amici, erano influenzati dalla prospettiva egocentrica

Studio 1 - Risultati

Tale effetto era dovuto a differenze iniziali nei livelli di egocentrismo?

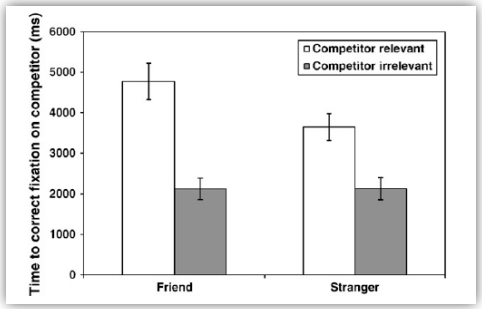
Stessa probabilità di fissare almeno una volta gli oggetti concorrenti rilevanti in coppie di amici (63%) e coppie di estranei (65%)

➔ L'effetto derivava dalla tendenza nella coppia di amici a correggere meno efficacemente la loro propensione egocentrica di base

Studio 1: Risultati

VD: Tempo di latenza per la correzione della tendenza egocentrica

→ tempo che intercorreva tra la prima fissazione dell'oggetto concorrente e la fissazione finale del target



Interazione significativa tra rilevanza dell'oggetto concorrente e il tipo di relazione

Studio 1

In entrambe le condizioni (amici vs sconosciuti), i partecipanti avevano la stessa probabilità di considerare i *competitor* rilevanti **ma** quando interagivano con un amico erano più lenti a correggere l'interpretazione iniziale.

In questa condizione, gli ascoltatori tendevano a spostare l'oggetto errato più spesso rispetto a quanto avvenisse nelle coppie di estranei
(24% vs 15% delle prove, $p<.05$)

Studio 2a – 2b

Ipotesi
Colui che parlava sovrastima il successo con cui trasmette i significati voluti agli amici vs estranei

Compito
Comunicare significati (es. «Apri la finestra») attraverso frasi ambigue (es. «Fa troppo caldo qui») e stimare il grado di accuratezza con cui amici vs estranei li avrebbero compresi

Studio 2a – 2b: Metodo

Partecipanti:
2a) 16 studenti in coppie miste di amici
2b) 24 coppie sposate

Materiali:
20 frasi ambigue con 4 possibili significati («*Che cos'hai fatto?*»)

Studio 2a – 2b: Metodo

VI: relazione: amico/coniuge vs estraneo

VD: numero di frasi correttamente comprese dall'ascoltatore

VD: numero di frasi comprese correttamente dall'ascoltatore secondo il punto di vista di colui che parla

VD: fiducia nel successo della comunicazione (2b)

Studio 2a – 2b: Metodo

- ogni sessione comprendeva 4 partecipanti:
  - 2 coppie di amici (2a)
  - 2 coppie sposate (2b)
- colui che parlava riceveva 10 frasi ciascuna con 4 significati, tra cui uno evidenziato che doveva trasmettere ai 3 ascoltatori

  ⇨ ogni frase, in ogni sessione, veniva pronunciata da due diverse persone con significati diversi
- gli ascoltatori, ricevute le stesse frasi insieme ai significati, dovevano selezionare quello che pensavano fosse stato loro trasmesso

Studio 2a – 2b: Procedura

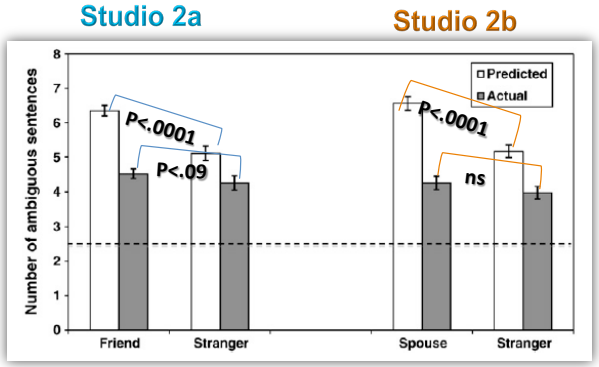
- Dopo ogni sessione colui che parlava, per ogni ascoltatore, indicava il numero di frasi che pensava di aver correttamente comunicato
- Tutti i partecipanti indicavano la loro fiducia nel successo della comunicazione (2b)

  ⇨ da 0 (nessuna fiducia) a 10 (molta fiducia)
- I partecipanti non ricevevano alcun feedback sulla accuratezza delle prestazioni

Studio 2a – 2b: Risultati

- In entrambi gli studi coppie di amici e sconosciuti superavano l'accuratezza di 2.5 significati correttamente ricevuti su 10 ($p<.0001$)

Studio 2a – 2b: Risultati



ANOVA a misure ripetute

Interazione attesa tra accuratezza e relazione (studio 2a p<.0001; studio 2b p<.01)

Studio 2b: Risultati

- Chi parlava sovrastimava l'efficacia della comunicazione con gli amici vs estranei

- Fiducia nel successo della comunicazione:

Coloro che parlavano erano più convinti di essere compresi dai coniugi rispetto agli sconosciuti (p<.0001) e gli ascoltatori erano convinti di comprendere i coniugi maggiormente rispetto agli estranei (p<.005)

Discussione generale

Confermata l'ipotesi iniziale secondo cui le persone si impegnano meno nell'assumere la prospettiva altrui quando interagiscono con persone conosciute

Studio 1: più probabile interpretare le istruzioni in modo egocentrico quando si comunica con un amico vs estraneo

Studio 2a e 2b: chi parlava sovrastimava la capacità di amici/coniugi di comprendere il significato corretto di frasi ambigue

Discussione generale

I risultati **non dimostrano** che l'amicizia impedisca la comunicazione.

La vicinanza potrebbe migliorare l'accuratezza:

⇨ quando la prospettiva di qualcuno si soprappone a quella di un amico l'egocentrismo potrebbe aiutare facilitando la rapidità e una comunicazione senza sforzo;

⇨ L'interazione con un interlocutore conosciuto è più rilassante e c'è una maggior probabilità di chiedere chiarimenti;

⇨ un'amicizia approfondita in un particolare dominio facilita la comunicazione in quel dominio.

Discussione generale

Le difficoltà emergono quando gli individui sovrastimano il grado di condivisione della prospettiva

⇩

Ciò porta erroneamente a ritenere che il quadro di riferimento comune in un dominio possa tradursi in una comunicazione di successo anche in altri ambiti

⇩

Sovrastima dell'efficacia della comunicazione

Discussione generale

L'egocentrismo aumenta quando si interagisce con conoscenti stretti

⇩

Più simili a sé

⇩

Diminuisce lo sforzo per correggere la tendenza egocentrica di base

Conclusione

Rendere gli individui consapevoli delle differenze tra sé e gli amici, potrebbe favorire un migliore processo di correzione della prospettiva egocentrica, richiesto per assumere la prospettiva altrui?

«Le persone sono sorprendentemente insensibili al modo in cui la loro interpretazione di una particolare situazione è idiosincratica» (Jacoby et al., 1994)

⇨ Aumentare la consapevolezza che i sentimenti e le preferenze delle altre persone possono essere diversi dai propri (Spivack & Shure, 1974)

Conclusione

- **Cosa stai assumendo?**
  - contesto
  - informazioni utili al caso
- **Ti stai approcciando alla comunicazione con mente aperta?**
  - aspettative e giudizi
- **Sei troppo vago?**
  - prenderti il tempo per cercare l'ambiguità nella tua comunicazione
  - presta attenzione a come stai parlando e a come stai ascoltando