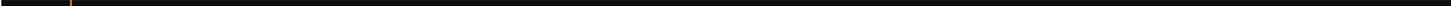
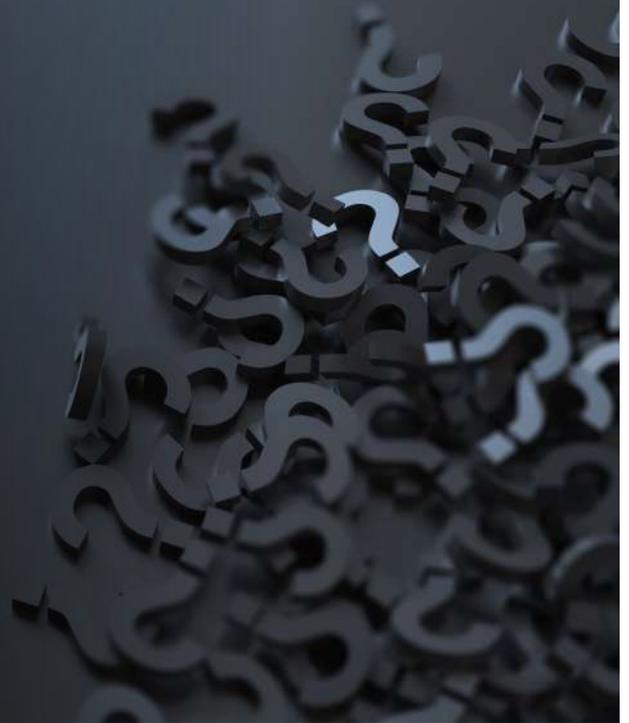




The Illusion of Argument Justification.

Fisher & Keil (2015)

Gruppo Buttignon, Castellani, Gnata,
Riva e Turci



Introduzione

Che cos'è un'argomentazione?

- «Un'argomentazione è una serie di argomenti a dimostrazione di un assunto». (*Vocabolario Treccani*, s.v. «argomentazione»)
- Inoltre, è considerato un modo per raggiungere una nuova comprensione di un determinato assunto.

Introduzione

- Fisher & Keil (2015) sostengono che:
 - le persone hanno un'illusione nel valutare le proprie argomentazioni → **Illusione della giustificazione dell'argomentazione**
 - l'investimento emotivo porta, inizialmente, a considerare un'argomentazione più persuasiva di quello che è realmente.

Letteratura precedente



Esiste un fenomeno detto «bias blind spot», in cui le persone vedono gli effetti dei bias cognitivi e motivazionali negli altri ma non in se stessi (Pronin, Lin, & Ross, 2002).



Le persone manifestano la tendenza a vedere la propria interpretazione soggettiva come la verità sulla realtà (Griffin & Ross, 1991).

La forza di un'argomentazione

- La forza di un'argomentazione dipende da:
 - La dedizione ad attuare un atteggiamento porta a posizioni più radicali.
 - Ad esempio, le opinioni diventano più estreme dopo che i partecipanti si impegnano a esprimere le loro opinioni pubblicamente (Jellison & Mills, 1969).
 - L'incorporazione dell'atteggiamento.
 - L'investimento emotivo ad assumere un atteggiamento.

Misurazioni

- la dedizione ad attuare un atteggiamento viene misurata attraverso: certezza, probabilità di cambiamento ed estremismo.
- L'incorporazione dell'atteggiamento è associata con l'elaborazione oggettiva e bias di memoria, questo soprattutto verso le tesi opposte. È misurata attraverso: importanza dell'atteggiamento, il suo rappresentare i valori e l'importanza per la concezione di sé.
- Le «attitude» più forti, quindi quelle per cui queste misure sono più elevate, sono stabili.

Come misurare l'illusione di giustificazione dell'argomentazione?

- L'illusione di giustificazione dell'argomentazione si può operationalizzare come le valutazioni dei partecipanti sulle proprie capacità cambiano nel tempo (studi precedenti → IOED) .

The Illusion Of Explanatory Depth (IOED)

- Si è visto in precedenti ricerche sull'illusione della profondità esplicativa (IOED), che le persone sopravvalutano la propria capacità di produrre conoscenza esplicativa per eventi meccanici e processi naturali (Rozenblit & Keil, 2002)
- Nella procedura di ricerca IOED, i pp forniscono valutazioni iniziali su una serie di fenomeni senza soffermarsi troppo sui dettagli. Dopo viene chiesto ai pp di scrivere le spiegazioni per un sottoinsieme di elementi specifici
 - → i partecipanti hanno valutato la loro profondità di comprensione come significativamente inferiore rispetto all'inizio.

The Illusion Of Explanatory Depth (IOED)

- Questo effetto si ha per le spiegazioni e non per altri tipi di conoscenza
 - → l'illusione non è dovuta a un eccesso di fiducia generale sulle proprie capacità.
- Inoltre, la letteratura mostra che l'IOED è ancora più forte nei bambini piccoli e quindi sembra essere un pregiudizio cognitivo fondamentale (Mills & Keil, 2004).
- Altri studiosi hanno usato l'IOED per indagare su argomenti controversi come le controversie politiche (Alter, Oppenheimer, & Zemla, 2010; Fernbach, Rogers, Fox, & Sloman, in stampa).

The Illusion Of Explanatory Depth (IOED)

- Nello studio di Fisher & Keil (2015), l'IOED viene applicata ai giudizi delle persone riguardo alla loro capacità di giustificare attraverso un'argomentazione la propria posizione su una determinata tematica.

Panoramica degli studi presentati

Studio 1 → La forza dell'illusione è predetta da quanto ci siamo sentiti coinvolti da un problema.

Studio 2 → indagato il ruolo delle influenze implicite (come il priming) sul pensiero riflessivo.

Studio 3 → viene indagato l'impatto della considerazione di prospettive alternative sull'autovalutazione oggettiva.

Studio 1

Il coinvolgimento emotivo predice la forza dell'illusione di giustificazione rispetto un dato problema

Studio 1A

- **Ipotesi:**

- le persone tendono a sovrastimare l'autovalutazione delle capacità argomentative.
- Il livello di coinvolgimento emotivo è correlato positivamente con la stima di sapere argomentare un determinato argomento.
- Tale inaccuratezza permane anche quando le persone elaborano le proprie argomentazioni.

Metodo

- **Partecipanti:** 118 partecipanti adulti americani (62 femmine, 56 maschi; $M_{età} = 35.58, SD = 12.70$) hanno compilato un sondaggio online tramite Amazon Mechanical Turk.
- **Procedura:** breve training per allenare i partecipanti all'utilizzo della scala Likert a 7 punti basandosi su: quanto bene giustifichi la tua posizione rispetto ad una questione attraverso la comprensione delle basi delle argomentazioni.
 - Forza relativa delle argomentazioni individuata tramite precedenti normative.

Training

- Vengono presentate 3 discussioni in ordine causale contro la decisione degli US di sganciare le bombe atomiche sul Giappone.
- Feedback di correttezza della valutazione.
- Solo i partecipanti che erano sufficientemente accurati (1 DS rispetto la media) nelle loro valutazioni passavano alla fase successiva.
 - → esclusione dei partecipanti che mostravano già una tendenza a non giudicare accuratamente le argomentazioni.

Disegno Sperimentale



VD: Autovalutazioni sulla qualità delle argomentazioni



1^a VI (entro i soggetti): momento di misurazione

Tempo 1 (T1)
e Tempo 2 (T2)



2^a VI (tra i soggetti): Coinvolgimento emotivo

Test al Tempo 1

- Presentazione di 20 argomenti controversi in ordine casuale.
- Istruzione: «quanto bene puoi giustificare la tua posizione attraverso la comprensione delle basi delle argomentazioni?»
 - Risposta su una scala a 7 punti dove 1 = molto male e 7 = molto bene.
- Esplicita richiesta di rispondere velocemente per stimolare le impressioni iniziali ed evitare un ragionamento.

Test al Tempo 2

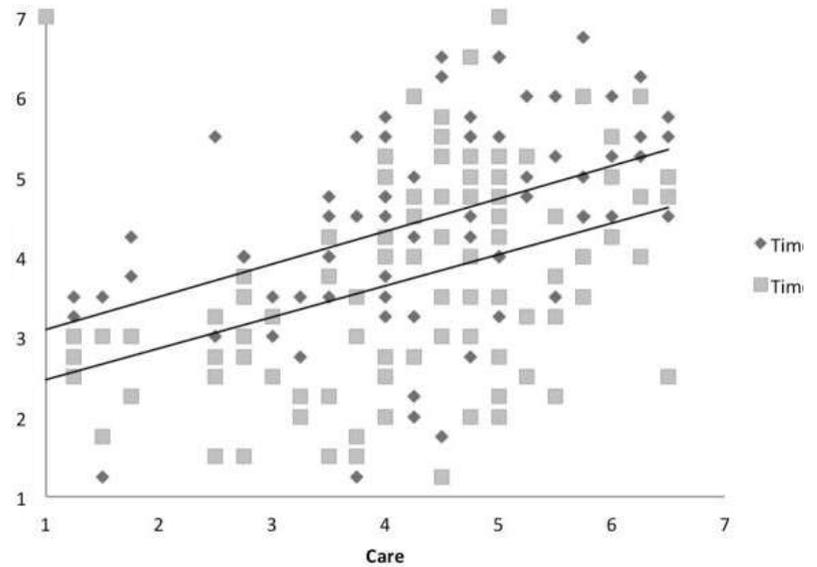
- Elaborazione delle argomentazioni della qualità migliore possibile riguardo la loro posizione su 4 dei 20 temi valutati precedentemente.
- Gli autori sono fiduciosi del non utilizzo di una fonte esterna perché:
 - 1) le loro argomentazioni non coincidevano con quelle che si potevano trovare nei siti più famosi
 - 2) non avrebbero avuto il tempo di trovare argomentazioni di lunghezza e complessità appropriata perciò conveniva loro produrle di proprie
 - 3) i partecipanti di mechanical turk sono stimolati a gestire e massimizzare il tempo disponibile svolgendo i loro compiti.

Test al Tempo 2

- Esempi di argomenti controversi: l'esistenza di Dio, legalizzazione della marijuana, la ricerca sulle cellule staminali, la pena capitale.
- Richiesta autovalutazione dei partecipanti su quanto bene giustificassero la propria posizione attraverso la comprensione delle basi dei loro ragionamenti.
- Il tipo di formulazione scritta delle richieste era identica sia al T1 che al T2.
- Per il coinvolgimento emotivo:
 - I partecipanti devono indicare quanto hanno a cuore un tema su una scala Likert a 7 punti dove 1 = per niente e 7 = molto.
- Richiesta informazioni demografiche: età, genere, livello d'istruzione e corso di studi.

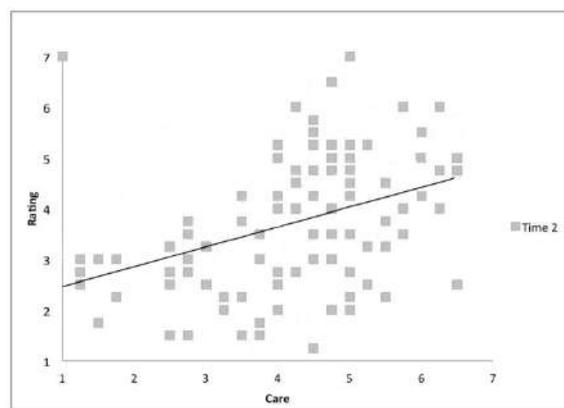
Risultati

- 95 risposte analizzate delle 118 dopo il training.
- Correlazione positiva tra coinvolgimento emotivo e valutazioni iniziali al T1 ($r_{(93)} = .45, p < .001$) e al T2 ($r_{(93)} = .38, p < .001$).
 - → i partecipanti a cui stava più a cuore il tema erano meno critici nei confronti dei propri ragionamenti (anche al T2) e li giudicavano più favorevolmente rispetto ai «non care».



Risultati

- Il t test di campioni accoppiati → rispetto alle valutazioni al T1 ($M = 4.40, SD = 1.20$) calo significativo di valutazioni al T2 ($M = 3.72, SD = 1.36$), $t_{(94)} = 5.95, p < .001$.
 - → illusione di giustificazione dell'argomentazione quando si predice la capacità di giustificare la propria posizione su argomenti controversi.
 - Partecipanti inaccurati nel valutare la propria capacità di presentare argomentazioni di qualità.



Studio 1B

- Critica possibile allo studio 1A:
 - i partecipanti con un basso coinvolgimento emotivo forniscono delle valutazioni più basse perché le argomentazioni prodotte per la loro posizione sono effettivamente più deboli.
 - Soluzione → reclutamento rater indipendenti che valutano la qualità delle argomentazioni.
- le argomentazioni erano consistenti allo stesso modo lungo i livelli di diversa importanza soggettiva attribuita.
- Ciò significa che non c'è una differenza nella qualità delle argomentazioni tra i pp a «alto care» e «basso care» ma che per gli «alto care» c'è più difficoltà ad ammettere la debolezza delle proprie argomentazioni → meno accurati nell'autovalutarsi.

Metodo

- **Partecipanti:** 27 partecipanti adulti dell'US (16 femmine, 11 maschi; $M_{age} = 35.81$, $SD = 13.42$) hanno compilato un sondaggio online tramite Amazon's Mechanical Turk.
- **Procedura:** come lo studio 1A, rimane uguale:
 - Il Training
 - Le domande sia del T1 che del T2
- Cosa cambia:
 - ciascuna argomentazione scritta dai partecipanti era valutata da almeno 7 giudici indipendenti.

Risultati

- Tramite l'utilizzo di t test di campioni accoppiati si è visto che la valutazione dei giudici ($M = 3.31, SD = 1.06$) risulta peggiore rispetto a quella dei partecipanti ($M = 4.03, SD = 1.52$), $t_{(35)} = 3.89, p < .05$.
- pur essendoci un significativo calo delle valutazioni dal T1 al T2, i partecipanti stavano ancora valutando le proprie argomentazioni in modo inaccurato.
- No correlazione significativa tra l'aver a cuore un tema e produrre argomentazioni qualitativamente valide ($r_{(34)} = .12, p = .49$).
- maggiore discrepanza tra le autovalutazioni dei partecipanti ad «alto care» e le valutazioni dei giudici → maggiore illusione di giustificazione dell'argomentazione.

Studio 1C

- Necessità di specificare il pubblico a cui ci si rivolge. I partecipanti potrebbero pensare di dover giudicare la forza di persuasione delle argomentazioni fornite rivolte ad un gruppo eterogeneo (ambiguità potenziale), aldilà che siano valide o meno.
- Intervento nella formulazione esplicita delle richieste per far sì che usino lo stesso criterio di valutazione di base dei giudici indipendenti.
- Le VD e VI rimangono le stesse dello studio 1A.

Metodo

- **Partecipanti:** 109 partecipanti US (60 femmine, 49 maschi; $M_{età} = 36.79$, $SD = 13.51$) hanno completato un sondaggio online tramite Amazon's Mechanical Turk.
- **Procedura:** stessa dello Studio 1A ad eccezione dei cambiamenti sulle istruzioni: richiesta di giustificare le proprie argomentazioni rispetto ad un gruppo di altri colleghi di Amazon Mechanical Turk.

Risultati

- I risultati non sono stati influenzati dalla rimozione dell'ambiguità creata dal «pubblico».
- 85 risposte analizzate.
- Calo delle valutazioni dal T1 ($M = 4.08$, $SD = 1.25$) al T2 ($M = 3.35$, $SD = 1.42$), $t_{(84)} = 4.80$, $p < .001$.
- Correlazione tra coinvolgimento emotivo e valutazioni al T1 ($r_{(83)} = .42$, $p < .001$) e al T2, ($r_{(83)} = .25$, $p < .05$).

Discussione

- Due effetti distinti:
 1. Indipendentemente dal coinvolgimento emotivo, le persone non sono ben accurate e non calibrano bene le qualità delle argomentazioni che forniscono, anche quando il pubblico è specificato.
 2. previsioni e autovalutazioni più elevate di giustificazione dell'argomentazione per i pp ad «alto care» → più elevata tendenza alla giustificazione dell'argomentazione confermato dai rater indipendenti.

Studio 2

Contrasto all'Illusione della Giustificazione dell'Argomentazione e del Bias dell'Investimento Emotivo tramite Priming di tipo Implicito.



Studio 2A

- Eliminare il *confound* dovuto alla 'difesa della propria ideologia' sui risultati ottenuti precedentemente (Studio 1).
- Operazionalizzazione: modifica della consegna e del compito d'argomentazione con uno di stesura di liste di pro e contro.

Partecipanti



- 73 persone (42 donne, 31 uomini, $M_{età} = 35,27$; $SD = 11,55$);
- Tutti i pp erano cittadini statunitensi;
- Hanno partecipato al sondaggio tramite *Mechanical Turk* di Amazon.

Procedura



Come nello Studio 1A;



invece di autovalutarsi sulla propria capacità argomentativa, veniva chiesto ai pp di valutare la propria competenza in stilare liste di pro e contro;



invece di argomentare quattro topic, veniva chiesto di stilare una lista di pro e contro per quattro item dalla lista dei topic.

Procedura

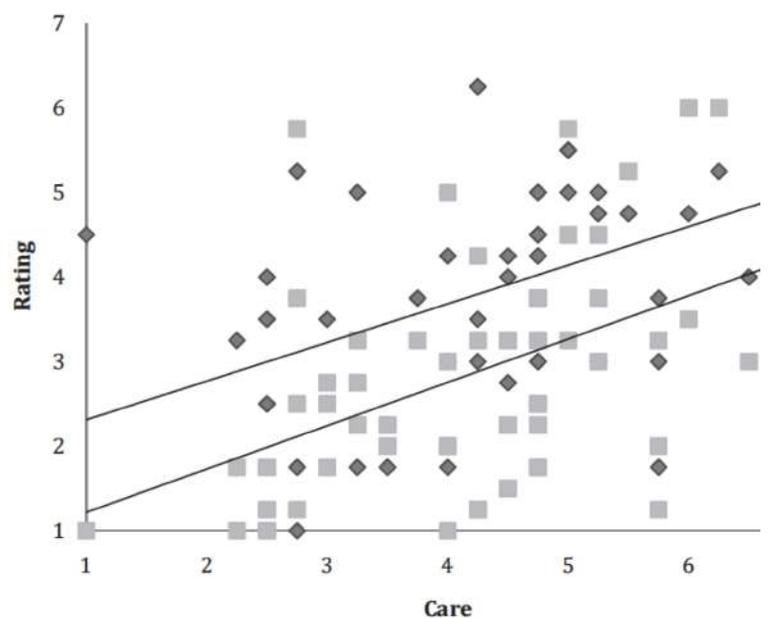
1. Training
2. Lettura della lista con 20 topic
3. Autovalutazione a priori sulla propria capacità nello svolgere il compito
4. Produzione di una lista di pro e contro per 4 topic
5. Autovalutazione a posteriori sulla propria capacità nello svolgere il compito
6. Valutazione del proprio coinvolgimento emotivo sui singoli topic
7. Dati anagrafici

Risultati

- $N = 54$
- H_{p1} : La media al Tempo 1 e la media al Tempo 2 sono statisticamente differenti; $\mu_{t_1} \neq \mu_{t_2}$
 - $\bar{x}_{t_1} = 3,78 ; s = 1,36$
 - $\bar{x}_{t_2} = 2,86 ; s = 1,38$
 - $t_{(53)} = 4,73 ; p < .001$

Risultati

- H_{p2} : il coinvolgimento emotivo è correlato positivamente con l'autovalutazione sia al Tempo 1 che al Tempo 2; $\rho_{t_1} > 0$ e $\rho_{t_2} > 0$.
 - $r_{t_1(52)} = .42 ; p < .001$
 - $r_{t_2(52)} = .42 ; p < .001$



Risultati

- H_{p3} : escludere che i partecipanti allo Studio 2 avessero livelli di coinvolgimento emotivo più alti dei partecipanti allo Studio 1.
 - $t_{(146)} = .04 ; p = .97$

Studio 2B

- Introduzione di prime implicite per ridurre la tendenza a sovrastimare le proprie capacità argomentative al Tempo 1.
- Operazionalizzazione: esercizio di scrittura che promuove un *mindset* di tipo 'impulsivo' o di tipo 'riflessivo' (Shenhav et al., 2012).
- Scopo: se gli effetti perdessero significatività nella condizione *mindset* riflessivo, allora l'illusione della giustificazione e il bias dell'investimento emotivo possono essere superati attraverso priming di tipo implicito.

Partecipanti

- 133 persone (61 donne, 72 uomini, $M_{età} = 32,45$; $SD = 10,92$);
- Tutti i pp erano cittadini statunitensi;
- Hanno partecipato al sondaggio tramite *Mechanical Turk* di Amazon.

Procedura

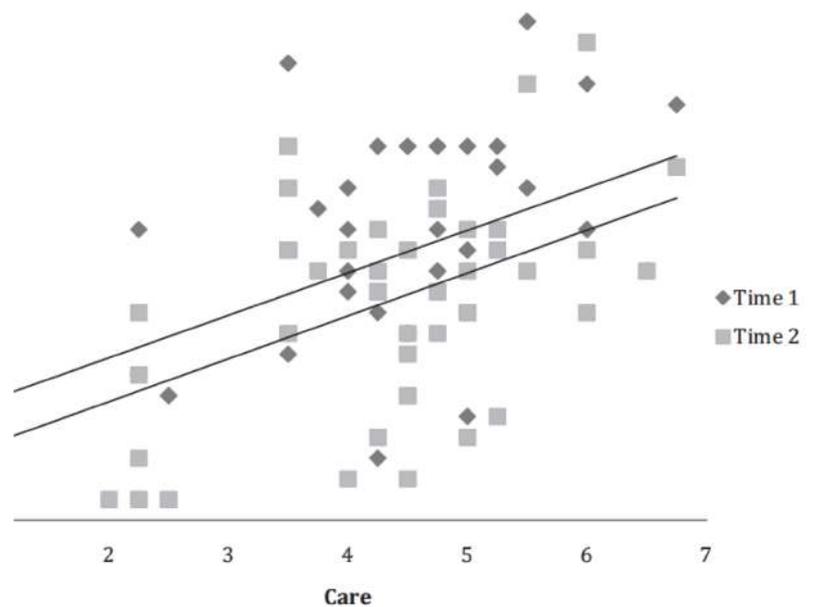
- Identica allo Studio 1A, ad eccezione dell'inserimento del priming.

Priming

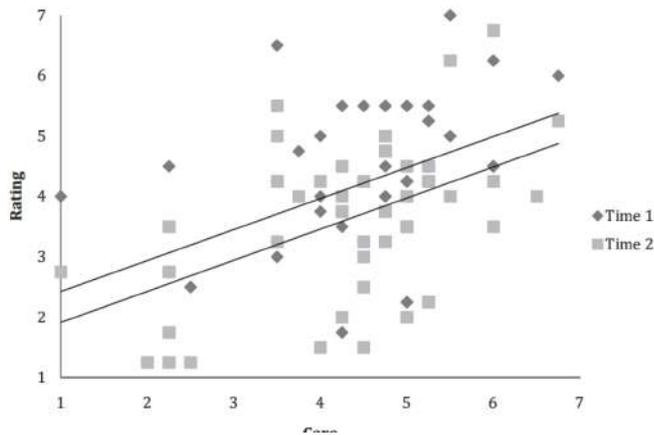
- I pp vennero divisi in due condizioni: *Intuition Good* (IG) e *Intuition Bad* (IB).
 - Nella condizione IG si cercò di promuovere un mindset impulsivo:
 - «descrivi un episodio in cui il tuo intuito o il tuo primo istinto ti hanno portato nella giusta direzione o verso un buon risultato» e «descrivi un episodio in cui ragionando attentamente sei stato portato nella direzione errata o verso un brutto risultato».
 - Nella condizione IB si cercò di promuovere un mindset riflessivo (consegne opposte a quelle già riportate).

Risultati

- $N = 93$
- Nella condizione IG, coerentemente a quanto ipotizzato, si mantiene l'effetto ($\bar{x}_{t_1} = 4,36, s = 1,08$; $\bar{x}_{t_2} = 3,72, s = 1,34$; $t_{(46)} = 3,22$; $p = .002$).
- L'investimento emotivo è correlato positivamente con l'autovalutazione ($r_{(45)} = .52$; $p = .001$).



Risultati



- Nella condizione IB, contrariamente a quanto ipotizzato, si mantiene l'effetto ($\bar{x}_{t_1} = 4,12, s = 1,33$; $\bar{x}_{t_2} = 3,64, s = 1,30$; $t_{(45)} = 3,15$; $p = .003$).
- L'investimento emotivo è correlato positivamente con l'autovalutazione ($r_{(44)} = .49$; $p = .001$).

Conclusioni

- L'Illusione della Giustificazione dell'Argomentazione non può essere superata usando priming di tipo implicito;
- Sia il Bias dell'Investimento Emotivo che l'Illusione della Giustificazione dell'Argomentazione non vengono superati quando si entra in un mindset riflessivo.

Studio 3

Considerare esplicitamente contro-argomentazioni
rimuove l'effetto del coinvolgimento emotivo quando
inizialmente si valuta l'abilità di giustificare una
posizione

Studio 3A

- Testato l'effetto del considerare esplicitamente prospettive alternative sulla valutazione della capacità di giustificare con argomentazioni
- il "gioco di ruolo" della posizione contraria porta a una valutazione meno distorta delle argomentazioni (Greenwald, 1969)
- Ipotesi: valutazione della comprensione della posizione contraria potrebbe eliminare l'effetto del coinvolgimento emotivo sull'illusione della giustificazione argomentata

Disegno Sperimentale



1^a VI (tra i soggetti):
Coinvolgimento emotivo



2^a VI (entro i
soggetti): momento
di misurazione

Tempo 1 (T1)
e Tempo 2
(T2)



VD: Autovalutazioni sulla qualità
delle argomentazioni

Metodo

- Partecipanti: 90 adulti USA (52 femmine, 38 maschi; $M_{età} = 34.64$, $SD = 11.92$).
- Sondaggio online tramite Amazon's Mechanical Turk

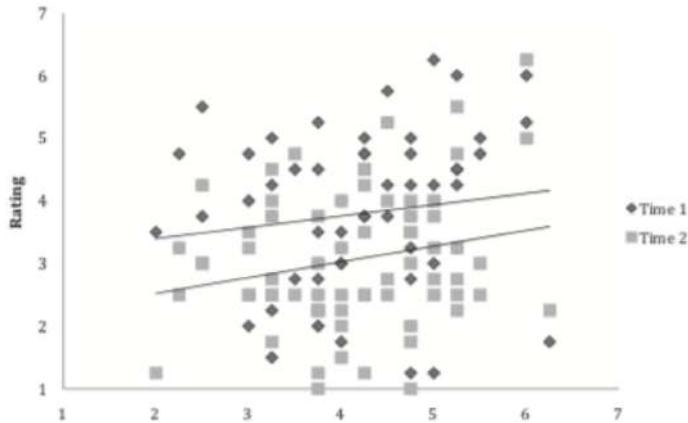
Metodo

- Procedura:
 - training Studio 1
 - Considerato punto di vista contrario su 20 questioni controverse e valutato bravura nel giustificare posizione contraria
 - Scrittura argomentazioni per il punto di vista contrario su uno dei sottoinsiemi di 4 questioni usate nello Studio 1
 - Di nuovo valutazione
 - Valutazione grado di coinvolgimento emotivo delle 20 questioni
 - Info demografiche

Risultati

- Analizzate le risposte di 68 partecipanti
- Differenza significativa tra le valutazioni iniziali, T1 ($M = 3.78, SD = 1.20$) e le valutazioni dopo aver scritto l'argomentazione, T2 ($M = 3.06, SD = 1.12$), $t_{(67)} = 0.48, p < .001$.

Risultati



- Nessuna correlazione tra coinvolgimento emotivo e valutazioni in T1, $r_{(66)} = .15, p = .22$, e coinvolgimento emotivo e valutazioni in T2, $r_{(66)} = .22, p = .07$.
- Ma nel primo caso la dimensione della correlazione è stata significativamente ridotta dallo Studio 1, $r_{(93)} = .45, Z_{diff} = -2.05, p < .05$ (Preacher, 2002).
- Invece nel secondo caso nessuna riduzione, $r_{(93)} = .38, Z_{diff} = -1.08, p = .14$.
- → il coinvolgimento emotivo e l'investimento personale necessari per produrre un collegamento significativo tra il primo e le valutazioni del T1 (Studio 1A)

Risultati

- La valutazione del T1 medio non è scesa dallo Studio 1 allo Studio 3, $t_{(161)} = 1.60, p = .11$;
- La valutazione del T2 medio non è scesa dallo Studio 1 allo Studio 3, $t_{(161)} = 1.59, p = .113$;
- → I partecipanti non hanno mostrato meno fiducia nel considerare posizioni contrarie rispetto a considerare le proprie posizioni.

Conclusioni

- I partecipanti non riuscirebbero a valutare accuratamente le proprie capacità di articolare la posizione contraria.
- Discutere una posizione senza crederci realmente non produce una relazione sistematica tra forza del coinvolgimento emotivo e autovalutazione positiva
- questo cambiamento nella relazione quando si articola una posizione opposta non è dovuto a una diminuzione del livello di coinvolgimento emotivo per gli argomenti
- in questi casi in cui non vi è alcun investimento personale nell'argomentazione avanzata, l'illusione della giustificazione dell'argomentazione persiste
- In linea con Greenwald (1969), riscontrato che considerare la posizione contraria elimina almeno parzialmente il bias dell'investimento emotivo

Studio 3B

- Testato un intervento in cui sono state prese in considerazione più prospettive su una questione può avere influenza simile
- Ipotesi: diminuzione effetti del coinvolgimento emotivo e mantenimento della fiducia nel giustificare le proprie posizioni, attraverso articolazione di un'argomentazione per la posizione contraria prima di considerare le proprie argomentazioni

Metodo

- Partecipanti: 69 adulti USA (41 donne, 28 maschi; $M_{età} = 35.49$, $SD = 13.39$).
- Sondaggio online tramite Amazon's Mechanical Turk

Metodo

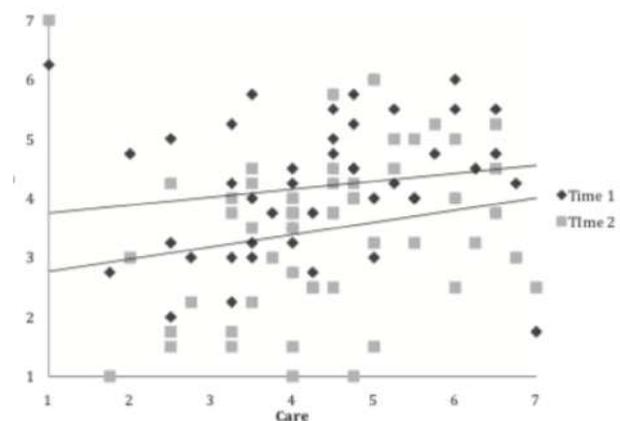
- Procedura:
 - Identica allo Studio 1A tranne
 - Dopo il training, scrittura di argomentazioni contrarie per 4 questioni
 - Scrittura argomentazioni per 1 dei 2 sottoinsiemi utilizzati negli studi precedenti
 - Valutazione in T1 di 20 item
 - → Aggiunta: scrittura argomentazioni per la propria posizione sugli stessi 4 problemi che avevano considerato in precedenza
 - Valutazione bravura nel giustificare proprie posizioni e grado di coinvolgimento emotivo delle 20 questioni
 - Info demografiche

Risultati

1. Analizzate le risposte di 53 partecipanti
2. differenza significativa tra le valutazioni iniziali T1, ($M = 4.20$, $SD = 1.09$) e le valutazioni dopo aver scritto argomentazioni per la propria posizione T2, ($M = 3.47$, $SD = 1.35$), $t_{(52)} = 5.35$, $p < .001$.

Risultati

- Nessuna correlazione tra coinvolgimento emotivo e valutazioni del T1, $r_{(51)} = .16$, $p = .24$, la dimensione della correlazione era significativamente ridotta dallo Studio 1, $r_{(93)} = .45$, $Z_{diff} = -1.84$, $p < .05$ (Preacher, 2002).
- Nessuna correlazione tra coinvolgimento emotivo e valutazioni del T2, $r_{(51)} = .20$, $p = .13$, ma la dimensione della correlazione non ridotta in modo significativo dallo Studio 1, $r_{(93)} = .38$, $Z_{diff} = -1.12$, $p = .13$.
- → eliminata relazione sistematica tra coinvolgimento emotivo e valutazioni.



Risultati

- Non c'è stato alcun calo nella valutazione media del T1, $p = .53$, o nella valutazione media T2, $p = .33$
- Un test t di campioni indipendenti non ha rivelato alcuna differenza nel coinvolgimento emotivo totale per i partecipanti con l'intervento e quelli senza intervento, $p = .70$.

Conclusioni

- I partecipanti non riuscirebbero a valutare le proprie capacità di articolare la posizione contraria.
- Eliminazione parziale bias dell'investimento emotivo pur mantenendo lo stesso livello di fiducia delle valutazioni senza un intervento pre-task (Studio 1).
- L'intervento non ha indotto i partecipanti a preoccuparsi di meno delle questioni.
- un cambiamento di prospettiva prima di considerare le proprie posizioni aiuta a superare le predizioni distorte sulla qualità delle giustificazioni argomentate.

Discussione Generale e Conclusione

Discussione generale



Questi esperimenti dimostrano una consistente incapacità di valutare accuratamente la capacità di produrre giustificazioni attraverso argomentazioni



Inoltre, la forza dell'illusione aumentava per coloro che erano emotivamente coinvolti nell'argomentazione

Discussione Generale

Lo studio 1 ha mostrato che quando si articolano argomentazioni per le proprie posizioni, preoccuparsi di un problema porta alla riluttanza ad ammettere la debolezza di un' argomentazione

Lo studio 2 ha suggerito che le influenze implicite (come il priming) non sono correttivi efficaci

Lo studio 3 ha dimostrato che considerare esplicitamente punti di vista opposti elimina gli effetti del coinvolgimento emotivo sulla valutazione iniziale della capacità di offrire giustificazioni

Considerazioni

- Attuale ricerca vs ricerca precedente (Fernbach et al.)
 - differenza fondamentale: tipo di argomentazioni considerate dai partecipanti
 - argomenti meno familiari e più meccanicistici: illusione di comprensione causale (es. emissione carbonio)
 - argomenti più familiari e meno meccanicistici: illusione di giustificazione dell'argomentazione (es. aborto)

Considerazioni



In ogni studio i partecipanti → calo della valutazione delle loro abilit. dopo aver effettivamente articolato le argomentazioni



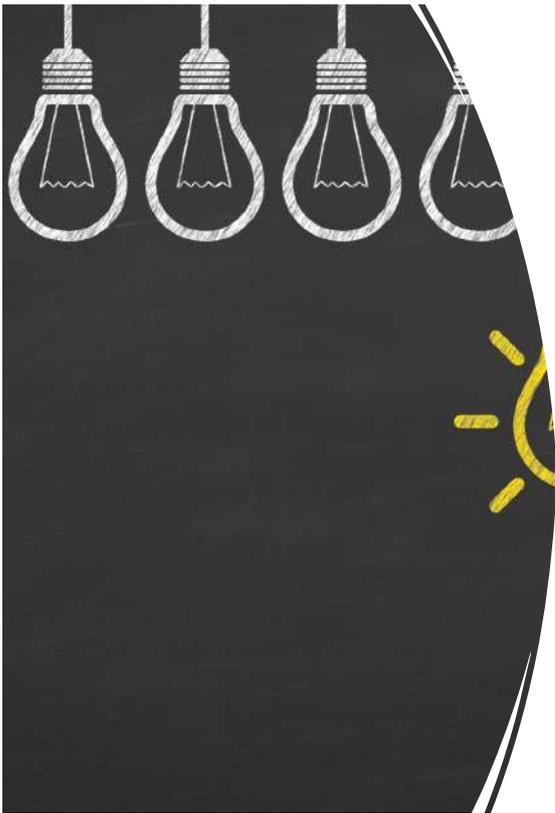
Argomenti come questioni altamente controverse → le persone potrebbero credere di avere più informazioni disponibili indipendentemente da come sia strutturata l'attività

Limiti

Persone più sicure delle loro capacità prima di completare l'attività che dopo aver completato l'attività

Rozenblit e Keil (2002): immediatamente smentita

→ escluso la spiegazione generale dell'eccessiva sicurezza per il compito di valutare (nessun calo dalle valutazioni T1 - T2)



Possibili soluzioni

- Interventi più efficaci → considerazione di posizioni alternative
- maggiore oggettività
- minore investimento personale (lacune e incomprensioni)
- Soluzione? → Ragionamento di gruppo (*Teoria argomentativa del ragionamento*, Mercier et al., 2011 e Mercier & Sperber, 2011)



Prospettive Future

- Illusione della giustificazione dell'argomentazione come costruito teorico:
- → diverse prospettive
 - Rimozione del dubbio e promozione dell'impegno argomentativo
 - Efficacia nelle interazioni sociali e sostegno nel raggiungimento di obiettivi sociali
 - Maggiore consapevolezza della propria argomentazione
 - Concetti di umiltà e verità

Conclusione

- Indipendentemente dai possibili effetti del ragionamento di gruppo, abbiamo dimostrato che l'introspezione sulla capacità di giustificare attraverso argomentazioni ha almeno due pregiudizi incorporati.
- → inesattezza del giudizio metacognitivo sulla qualità dell'argomentazione
- → ruolo del coinvolgimento emotivo

Grazie per l'attenzione!