

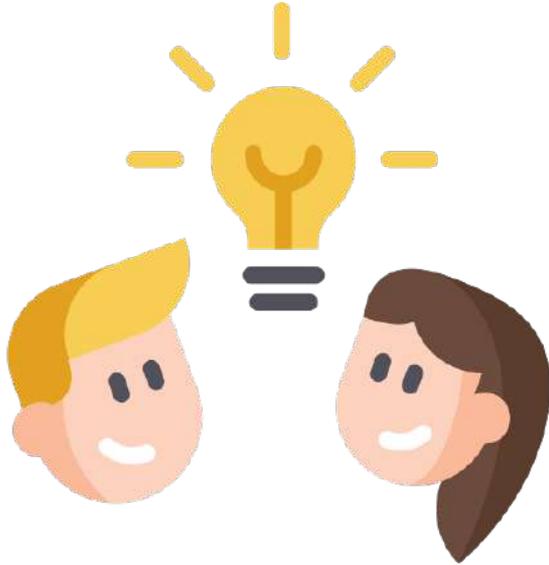


Come il collettivismo influenza le nostre credenze

«Seeing Meaning Even When None May Exist: Collectivism Increases Belief in Empty Claims» di Ying Lin et al. (2021)

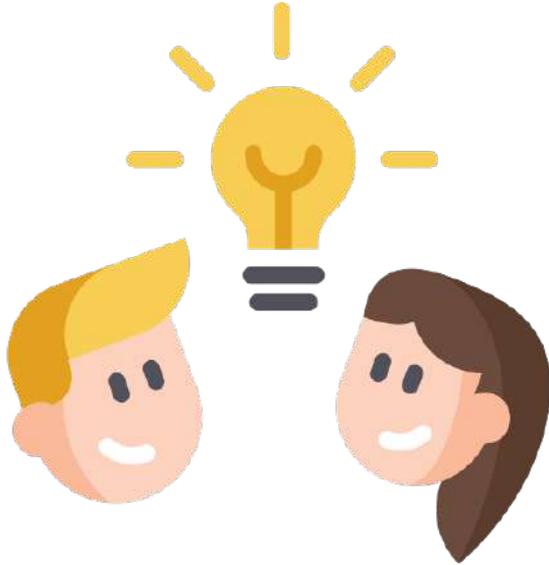
A cura di Katarina Andrejic, Federico D'Atri, Chiara Faggiani, Andrea Granata e Dhea Longo

Vedere un senso nelle frasi prive di significato



Le persone hanno un'idea predefinita di quello che le cose dovrebbero significare all'interno di un contesto culturale conosciuto

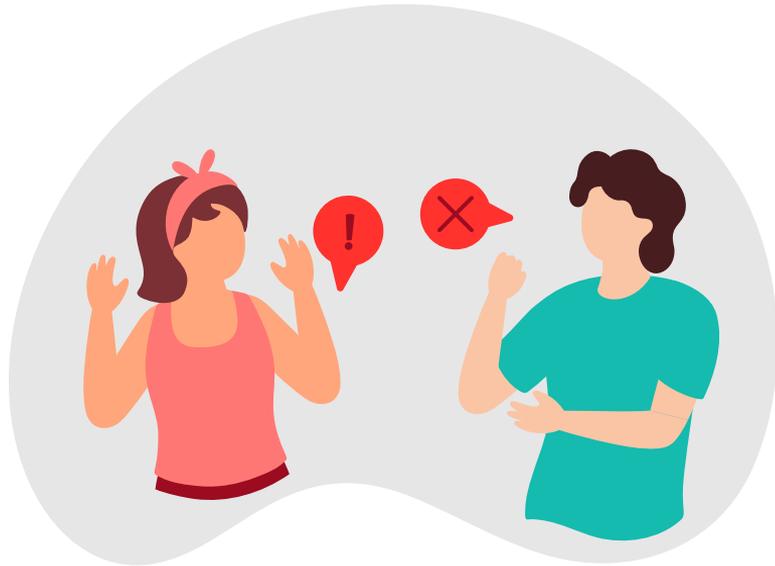
Vedere un senso nelle frasi prive di significato



Le persone hanno un'idea predefinita di quello che le cose dovrebbero significare all'interno di un contesto culturale conosciuto

Possono fare delle predizioni senza dover investire capacità cognitive eccessive per il ragionamento
(Oyserman et al., 2014)

Vedere un senso nelle frasi prive di significato



Possono fare delle predizioni senza dover investire capacità cognitive eccessive per il ragionamento

Può portare ad errori dovuti ad un «completamento» erroneo delle informazioni mancanti

Vedere un senso nelle frasi prive di significato



Può portare ad errori dovuti ad un «completamento» erroneo delle informazioni mancanti

Può portare le persone a credere che informazioni siano vere anche quando in realtà non lo sono (Fake News)

Possibili spiegazioni - Underthinking

Underthinking: fare affidamento su ragionamenti veloci e intuitivi, spesso non consapevolmente
(Kahneman & Frederick, 2005)

Abilità cognitive

Persone con abilità cognitive basse hanno una maggiore tendenza a credere ad affermazioni prive di significato (Murphy et al. 2019)

Pensiero intuitivo

Persone in situazioni che innescano il pensiero intuitivo è più probabile credano ad affermazioni prive di senso (Bago et al. 2020)

Possibili spiegazioni – Motivated Reasoning

Motivated reasoning: tendenza ad approvare maggiormente approcci che supportano convinzioni pre-esistenti
(Kahan, 2012)

Convinzioni pre-esistenti

Persone tendono a vedere significato in affermazioni che sembrano compatibili con la propria identità e convinzioni pre-esistenti (Kahan, 2012)

Pensiero politico

Persone sono più ricettive alle fake news se queste supportano, piuttosto che contestare, il proprio loro politico (Murphy et al, 2019)

Possibili spiegazioni – Motivated Reasoning

Motivated reasoning: tendenza ad approvare maggiormente approcci che supportano convinzioni pre-esistenti (Kahan, 2012)

Convinzioni pre-esistenti

Persone tendono a vedere significato in affermazioni che sembrano compatibili con la propria identità e convinzioni pre-esistenti (Kahan, 2012)

Pensiero politico

Persone sono più ricettive alle fake news se queste supportano, piuttosto che contestare, il proprio loro politico (Murphy et al, 2019)

Nessuna di queste due è in grado però di spiegare del tutto il fenomeno

Possibili spiegazioni - Il collettivismo



Il collettivismo può essere definito come «quell'aspetto della cultura umana che sensibilizza le persone a connettersi con gli altri».

È quindi un meccanismo che innesca nelle persone il bisogno di unirsi, cooperare e avere scambi con altri esseri umani.

Possibili spiegazioni - Il collettivismo



Il collettivismo è associato ad una maggiore sensibilità all'**intento comunicativo** degli altri.

Tentativo di dare un senso a quello che ascoltiamo
anche quando il messaggio è ambiguo
(Gudykunst et al. 1996)

Ipotesi

1 Persone con livelli alti di collettivismo avranno **più probabilità** di credere in frasi prive di significato

2a Questo fenomeno avviene perché le persone cercano di **trovare un “terreno comune”** con gli altri

2b **L'assenza di un comunicatore umano** modera la relazione fra il collettivismo e il credere in frasi prive di senso

Studio 1 – Obiettivo

1

Dimostrare H1

Andando a verificare se i valori ottenuti con gli indicatori per misurare il collettivismo avessero una correlazione con la credenza in frasi prive di significato.

Studio 1 – Partecipanti

1

Dimostrare H1

Andando a verificare se i valori ottenuti con gli indicatori per misurare il collettivismo avessero una correlazione con la credenza in frasi prive di significato.



5.114 Americani che hanno compilato il GSS fra il 2006 e il 2018

44% donne



75% Bianchi
14.9% Afro-Americani
4,3% Ispanici
3% Asiatici

Studio 1 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Andando a verificare se i valori ottenuti con gli **indicatori per misurare il collettivismo** avessero una correlazione con la credenza in frasi prive di significato.



Indicatori di collettivismo (VI)

Ai partecipanti veniva somministrato un questionario in cui veniva chiesto loro di classificare da 1 (il meno importante) a 5 (il più importante) una serie di 5 cose che un bambino deve imparare per essere preparato per la vita.

1. «To obey»
2. «To think for himself or herself»
3. «To be well-liked and popular»
4. «To help others when they need help»
5. «To work hard»

Studio 1 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Andando a verificare se i valori ottenuti con gli **indicatori per misurare il collettivismo** avessero una correlazione con la credenza in frasi prive di significato.



Indicatori di collettivismo (VI)

Ai partecipanti veniva somministrato un questionario in cui veniva chiesto loro di classificare da 1 (il meno importante) a 5 (il più importante) una serie di 5 cose che un bambino deve imparare per essere preparato per la vita.

1. «**To obey**»
2. «**To think for himself or herself**» controbilanciato
3. «To be well-liked and popular»
4. «To help others when they need help»
5. «To work hard»

Studio 1 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Andando a verificare se i valori ottenuti con gli indicatori per misurare il collettivismo avessero una correlazione con la **credenza in frasi prive di significato**.



Indicatori di collettivismo (VI)



Credenza in frasi prive di significato (VD)

Ai partecipanti veniva chiesto di dire se secondo loro l'**astrologia** fosse:

- Molto scientifica (*very scientific*)
- Un po' scientifica (*sort of scientific*)
- Per nulla scientifica (*not at all scientific*)

→ **Considerare l'astrologia una materia scientifica inteso come operazionalizzazione della credenza in frase prive di significato.**

Studio 1 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Andando a verificare se i valori ottenuti con gli indicatori per misurare il collettivismo avessero una correlazione con la credenza in frasi prive di significato.



Indicatori di collettivismo (VI)



Credenza in frasi prive di significato (VD)



Variabili di controllo

Ai partecipanti venivano anche chieste informazioni rispetto a genere, etnia, classe sociale, religione e **senso di fiducia generale**.

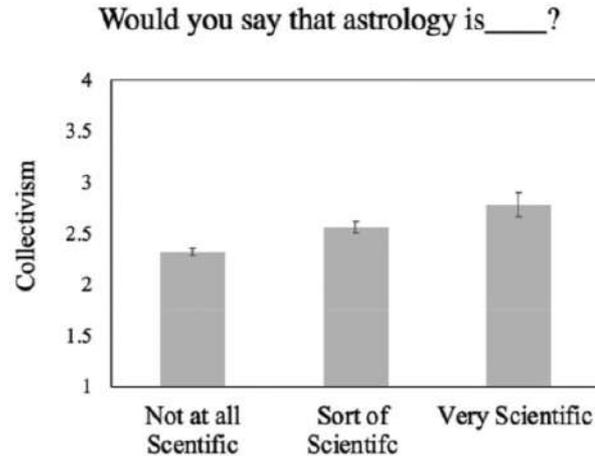
→ **Controllo spiegazioni alternative: le frasi dipendono da un maggior senso di fiducia in generale**

→ Tramite la domanda «*Generally speaking, would you say that most people can be trusted or that you can't be too careful in dealing with people?*»

Studio 1 – Risultati

1 Dimostrare H1

Andando a verificare se i valori ottenuti con gli indicatori per misurare il collettivismo avessero una correlazione con la credenza in frasi prive di significato.



Note. Error bars = 95% confidence intervals.

Confermata

Più le persone approvavano valori collettivistici più erano portate a credere che l'astrologia fosse una scienza (OR = 1.27, 95% CI [1.21, 1.33], $\chi^2(1) = 86.60$, $R^2 .02$, $p < .001$)

La relazione non cambia anche quando vengono aggiunte le variabili di controllo.

→ Il senso di fiducia generale era correlato negativamente con il collettivismo e predicava livelli più bassi di credenza in frasi prive di significato (OR= .69 $p < .001$)

Studio 1 – Potenziali limiti individuati

1

Variabile collettivismo

Gli indicatori di valori collettivistici vengono operazionalizzati attraverso **solo 2 item**.

Il campione molto ampio permette di rendere la misurazione comunque affidabile ma in studi futuri sarebbe interessante ripetere l'esperimento con maggiori parametri.

Studio 2 – Obiettivo

1

Dimostrare H1

Sono state studiate le credenze collettive rispetto alla popolazione cinese.

Lo scopo era quello di analizzare come le credenze collettive inducano a credere a frasi prive di significato.

Studio 2 – Obiettivo

1

Dimostrare H1

Sono state studiate le credenze collettive rispetto alla popolazione cinese.

Lo scopo era quello di analizzare come le credenze collettive inducano a credere a frasi prive di significato.



9.638 utenti attivi su internet di nazionalità cinese (eseguito online)



Studio 2 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Sono state studiate le **credenze collettive** rispetto alla popolazione cinese.

Lo scopo era quello di analizzare come il collettivismo induca a credere a frasi prive di significato.



Indicatori di collettivismo (VI)

Ai partecipanti veniva somministrato un questionario in cui veniva chiesto loro di valutare 4 affermazioni che rappresentavano dei valori collettivi culturali cinesi su una scala Likert da 1 (fortemente in disaccordo) a 5 (fortemente in accordo).

1. «Si dovrebbero seguire le richieste dei genitori, anche se sono irragionevoli»
2. «È naturale che si debba obbedire al proprio capo o alle persone con uno status più alto»
3. «La cosa più importante è che i bambini imparino ad obbedire e rispettare l'autorità»
4. «Si dovrebbero sempre sottomettere gli interessi personali per perseguire gli interessi nazionali se c'è un conflitto tra i due»

Studio 2 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Sono state studiate le **credenze collettive** rispetto alla popolazione cinese.

Lo scopo era quello di analizzare come il collettivismo induca a credere a frasi prive di significato.



Indicatori di collettivismo (VI)



Credenza nelle affermazioni pseudoscientifiche (VD)

Ai partecipanti veniva chiesto di indicare il proprio grado di accordo con l'affermazione «la cartomanzia, la lettura della mano e il Feng Shui possono spiegare molte cose e ci credo» su una scala Likert da 1 (fortemente in disaccordo) a 5 (fortemente in accordo).

Studio 2 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Sono state studiate le **credenze collettive** rispetto alla popolazione cinese.

Lo scopo era quello di analizzare come il collettivismo induca a credere a frasi prive di significato.



Indicatori di collettivismo (VI)



Credenza nelle affermazioni pseudoscientifiche (VD)



Variabili di controllo

Ai partecipanti venivano anche chieste informazioni rispetto a genere, età, livello di istruzione e reddito familiare.

→ Un sottoinsieme di 2.299 intervistati **legge la notizia** per cui il Wi-Fi depotenzia gli spermatozoi e gli viene chiesto di rispondere alla seguente domanda: «*Do you think Wi-Fi kills sperm?*».

Ai partecipanti veniva anche chiesto se avevano mai **sentito quest'informazione prima**.

Randomizzazione:

Partecipanti assegnati in modo casuale:

- 1 gruppo non riceve informazioni di demistificazione
- 2 gruppi ricevono **informazioni di demistificazione** o da una fonte dei media (gruppo 2) o da una fonte scientifica (gruppo 3)

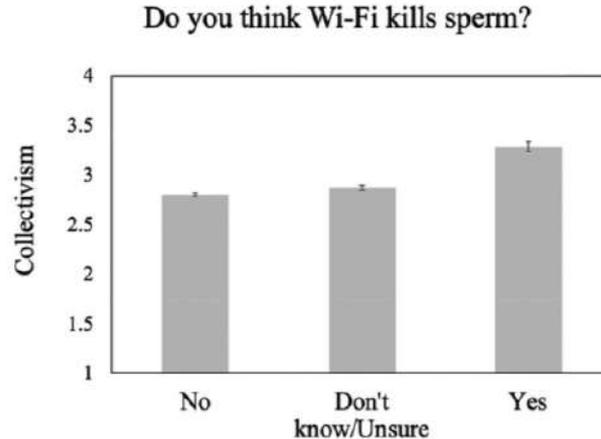
Studio 2 – Risultati

1

Dimostrare H1

Sono state studiate le **credenze collettive** rispetto alla popolazione cinese.

Lo scopo era quello di analizzare come il collettivismo induca a credere a frasi prive di significato.



Note. Error bars = 95% confidence intervals.

Confermata

- Intervistati con livello di collettivismo alto: più propensi a credere che Wi-Fi uccida lo sperma
- Le associazioni sono significative in base a età, genere, istruzione, reddito familiare, e avendo sentito in precedenza l'affermazione che "il Wi-Fi uccide lo sperma"

Studio 3a – Obiettivo

1

Dimostrare H1

Studiare come falsi ricordi sulle fake news dipendano da un controllo non ottimale dell'emozioni negative.



Ipotesi 1

- Chi è soggetto a maggiore collettivismo ha maggiore probabilità di:
 - ✓ Credere alle fake news e alle nuove credenze sul Covid-19
 - ✓ Formare falsi ricordi rispetto alle fake news

Ipotesi 2

- Chi ha meno controllo delle emozioni negative è più soggetto a false notizie

Studio 3a – Partecipanti

1

Dimostrare H1

Studiare come falsi ricordi sulle fake news dipendano da un controllo non ottimale dell'emozioni negative.



278 partecipanti cinesi tramite «AsPredicted.org» (durante epidemia COVID-19)

64% donne



Studio 3a – Metodologia

1

Dimostrare H1

Studiare come falsi ricordi sulle fake news dipendano da un controllo non ottimale dell'emozioni negative.



Nove titoli di notizie sull'epidemia di COVID19 (Within - Random)

- 3 titoli su **Falsi ricordi**: notizie passate non vere (ad esempio: L'abbattimento di massa degli animali selvatici a Wuhan)
- 3 titoli su **Notizie false**: notizie ufficialmente sfatate (ad esempio: Bere liquori forti uccide il coronavirus)
- 3 titoli su **Notizie reali**: notizie con informazioni veritiere (ad esempio: Il coronavirus è contagioso nella fase di incubazione)

Falsi ricordi

Per ogni titolo i partecipanti devono scegliere fra «ricordo» e «non ricordo».

Notizie false

Per ogni titolo i partecipanti dovevano rispondere alla domanda: "credi alla notizia riportata?"

Studio 3a – Metodologia

1

Dimostrare H1

Studiare come falsi ricordi sulle fake news dipendano da un controllo non ottimale dell'emozioni negative.



Nove titoli di notizie sull'epidemia di COVID19 (Within - Random)



Valutazione di controllo delle emozioni negative

I partecipanti dovevano rispondere a delle domande su:

- **COVID-19** (paura, preoccupazione, rabbia, disgusto)
- sesso, età, istruzione e città in cui vivevano in quel momento

Studio 3a – Risultati

1

Dimostrare H1

Studiare come falsi ricordi sulle fake news dipendano da un controllo non ottimale dell'emozioni negative.



Confermata

- Chi è soggetto a maggiore collettivismo ha maggiore probabilità di credere alle nuove notizie sul COVID-19 e ha meno controllo sulle emozioni negative
- Chi è soggetto a maggiore collettivismo non mostra associazioni significative verso le fake news passate*

*Questo perché il governo cinese ha lavorato molto sulla prevenzione delle fake news attraverso l'informazione mirata

Studio 3b – Obiettivo

1

Dimostrare H1

Testare lo studio 3a in un contesto dove le fake news sul Covid-19 sono state più diffuse → contesto americano (diffusione da molteplici fonti, tra cui il presidente Trump)



Ipotesi 1

- Persone con maggiore collettivismo credono più facilmente alle fake news
- Questo effetto porta a condividere maggiormente queste fake news?

Studio 3b – Partecipanti

1

Dimostrare H1

Testare lo studio 3a in un contesto dove le fake news sul Covid-19 sono state più diffuse → contesto americano (diffusione da molteplici fonti, tra cui il presidente Trump)



200 partecipanti (durante epidemia COVID-19)

53% donne
Età media: 31.67
SD: 11.33



72% Bianchi
9,5% Asiatici
6% Afro-Americani
5% Ispanici
7,5% Altro

Studio 3b – Metodologia

1

Dimostrare H1

Testare lo studio 3a in un contesto dove le fake news sul Covid-19 sono state più diffuse → contesto americano (diffusione da molteplici fonti, tra cui il presidente Trump)



Variabili di controllo

I partecipanti descrivevano la loro **situazione abitativa** e le loro **strategie di distanziamento utilizzate** durante la pandemia con:

- 5 item di isolamento sociale ($\alpha = .90$)
- 5 item di emozioni negative (paura, preoccupazione, rabbia, disgusto, tristezza, $\alpha = .86$)
- 2 sull'ottimismo (speranza, ottimismo, $\alpha = .89$)

Studio 3b – Metodologia

1

Dimostrare H1

Testare lo studio 3a in un contesto dove le fake news sul Covid-19 sono state più diffuse → contesto americano (diffusione da molteplici fonti, tra cui il presidente Trump)



Variabili di controllo



10 titoli di giornali riguardo il Covid-19 (Within - Random)

- 6 **fake news** contenenti informazioni senza evidenze (Covid-19 sopravvive e si sparge velocemente sulla neve)
- 4 **notizie reali** che contenevano informazioni reali (Covid-19 può sopravvivere sulle superfici per giorni).

Valutare la **veridicità dell'informazione espressa** («*pensi che il corona virus possa sopravvivere e spargersi più velocemente sulla neve?*») e la loro **tendenza a condividere la notizia** con gli altri.

Studio 3b – Metodologia

1

Dimostrare H1

Testare lo studio 3a in un contesto dove le fake news sul Covid-19 sono state più diffuse → contesto americano (diffusione da molteplici fonti, tra cui il presidente Trump)



Variabili di controllo



10 titoli di giornali riguardo il Covid-19 (Within - Random)



Collettivismo

Infine i partecipanti completano la **scala di collettivismo** dello studio 3a ($\alpha=.75$), riportando genere, età, livello istruzione, etnia, e la situazione abitativa.

Studio 3b – Risultati

1

Dimostrare H1

Testare lo studio 3a in un contesto dove le fake news sul Covid-19 sono state più diffuse → contesto americano (diffusione da molteplici fonti, tra cui il presidente Trump)



Confermata

Partecipanti con alto livello di collettivismo → credevano più facilmente alle fake news sul Covid-19 ($b = .20, F(1, 198) = 8.21, p = .005, achieved\ power = .81$).

L'associazione rimane significativa al controllo su: emozioni di isolamento sociale, emozioni negative, ottimismo riguardo il Covid-19, genere, età, educazione, e numero di casi Covid-19 nella loro regione ($b = .15, F(1, 168) = 4.39, p = .04$).

Il collettivismo predice anche una maggiore tendenza a condividere le fake news ($b = .17, F(1, 198) = 5.81, p = .02$). In particolare questo effetto di condivisione, viene mediato dal livello di credenza (*indirect effect: $ab = .24, SE = .07, 95\% CI [.11, .40]$*).

Studio 3b – Discussione e potenziali limiti



Discussione

Da risultati 3a e 3b → suggerito che persone con maggiore collettivismo credono maggiormente a fake news sul Covid19. Questa tendenza porta a falsi ricordi e condivisione di fake news

1

Limiti

Benché la validità esterna è alta, questi risultati sul Covid-19 potrebbe essere attribuiti a fattori politici o sociali (es. conservatorismo, chiarezza, bassa uniformità nei messaggi governativi).

Studio 3c – Obiettivo

1

Dimostrare H1

Per generalizzare i risultati di 3b → viene ipotizzato che alti livelli di collettivismo saranno associati a tendenza maggiore a credere ad articoli fake news casuali, non riguardanti il Covid 19.

Studio 3c – Partecipanti

1

Dimostrare H1

Per generalizzare i risultati di 3b → viene ipotizzato che alti livelli di collettivismo saranno associati a tendenza maggiore a credere ad articoli fake news casuali, non riguardanti il Covid 19.



202 partecipanti reclutati da Amazon Mechanical Turk

39% donne



62,41% Bianchi
21,99% Afro-Americani
7,8% Ispanici
4,26% Asiatici
3,55% Altro

Studio 3c – Metodologia

1

Dimostrare H1

Per generalizzare i risultati di 3b → viene ipotizzato che alti livelli di collettivismo saranno associati a tendenza maggiore a credere ad articoli fake news casuali, non riguardanti il Covid-19.



3 articoli generati casualmente (questionario online)



Usando **Grover**, un modello AI che genera articoli fake news dall'aspetto realistico.

- Selezionati, da una lista generata casualmente, titoli aventi una **relazione tra un azione e un outcome**.
- Le correlazioni erano **nuove** (non esistenti in letteratura) e senza nessuna evidenza empirica.

Esempio: «mangiare pizza è associato alla sicurezza fiscale»

Studio 3c – Metodologia

1

Dimostrare H1

Per generalizzare i risultati di 3b → viene ipotizzato che alti livelli di collettivismo saranno associati a tendenza maggiore a credere ad articoli fake news casuali, non riguardanti il Covid-19.



3 articoli generati casualmente (questionario online)

I partecipanti valutavano per ogni articolo:

- L'**informatività** («quanto informativo era il messaggio principale di questo articolo?»)
- La **significatività** («quanto significativo è il messaggio principale di questo articolo?»)
- La **credenza** («pensi che le persone che mangiano pizza siano...?»)

Punteggio di credenza fake news = media valutazioni sui 3 articoli ($\alpha=.94$)

Studio 3c – Metodologia

1

Dimostrare H1

Per generalizzare i risultati di 3b → viene ipotizzato che alti livelli di collettivismo saranno associati a tendenza maggiore a credere ad articoli fake news casuali, non riguardanti il Covid-19.



3 articoli generati casualmente (questionario online)



Scala sul collettivismo

Studio 3c – Risultati

1

Dimostrare H1

Per generalizzare i risultati di 3b → viene ipotizzato che alti livelli di collettivismo saranno associati a tendenza maggiore a credere ad articoli fake news casuali, non riguardanti il Covid-19.



Confermata

Partecipanti con punteggio di collettivismo maggiore, tendevano a credere maggiormente a fake news generate casualmente, non concernenti il Covid-19. ($b = .44$, $F(1, 139) = 33.50$, $p < .001$, *achieved power* $>.99$).

Questa associazione rimane significativa eseguito il controllo su genere, etnia, e livello educazione ($b = .36$, $F(1, 136) = 20.72$, $p < .001$).

Viene inferito quindi che l'associazione tra collettivismo e credenza alle fake news **si possa generalizzare tra domini diversi**.

Studio 3c –potenziali limiti

1

Campione

Campione non rappresentativo della popolazione americana perché reclutato tramite sito di crowdsourcing

Studio 4 – Obiettivo

1

Dimostrare H1

Ricerca transculturale → focus culturale più forte sul collettivismo in Cina rispetto agli Stati Uniti (Oyeserman et al., 2002)



Ipotesi 1

- Le persone in Cina trovano maggiore significato nelle affermazioni vuote rispetto alle persone degli Stati Uniti

Ipotesi 2

- Le persone che ottengono un punteggio maggiore nel collettivismo trovano maggiore significato nelle affermazioni vuote

Ipotesi Alternative

- Testate includendo misure di yea-saying, gradevolezza e stile di pensiero olistico (Chiu, 1972)

Studio 4 – Partecipanti

1

Dimostrare H1

Ricerca transculturale → focus culturale più forte sul collettivismo in Cina rispetto agli Stati Uniti (Oyeserman et al., 2002)



122 cittadini Americani (lingua madre inglese) e 315 cittadini cinesi

AMERICANI

- Studenti universitari
- **82 femmine, 40 maschi**
- **Età media= 19.69**
- SD= 1.59
- 39.34% European American
- 36.07% Asian American
- 5.74% African American
- 18.86% other American



CINESI

- Studenti universitari
- 135 femmine, 180 maschi
- **Età media= 23.36**
- SD= 2.36

Studio 4 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Ricerca transculturale → focus culturale più forte sul collettivismo in Cina rispetto agli Stati Uniti (Oyerman et al., 2002)



Significatività delle metafore generate casualmente (online)

- **Coppie casuali** di 15 concetti astratti e 15 concetti concreti = 225 metafore in ciascuna lingua (L'amore è un albero, La fiducia è una sabbia)
 - 5 frasi presentate casualmente
 - Ogni frase iniziava con un concetto astratto differente
- **Valutare il grado di significatività di ogni frase** su una scala da 1 (completamente senza significato) a 7 (molto significativo)

Studio 4 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Ricerca transculturale → focus culturale più forte sul collettivismo in Cina rispetto agli Stati Uniti (Oyserman et al., 2002)



Significatività delle metafore generate casualmente (online)



Profondità delle affermazioni vaghe generate casualmente

Valutare la profondità di 10 affermazioni sintatticamente corrette (casualmente costruite da frasi vaghe) su una scala da 1 (per niente profondo) a 7 (molto profondo)

Esempio: "La totalità acquieta fenomeni infiniti"

Studio 4 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Ricerca transculturale → focus culturale più forte sul collettivismo in Cina rispetto agli Stati Uniti (Oyserman et al., 2002)



Significatività delle metafore generate casualmente (online)



Profondità delle affermazioni vaghe generate casualmente



Yea-Saying

Indicare **accordo o disaccordo** su una scala da 1 (fortemente in disaccordo) a 7 (fortemente in accordo) con 5 affermazioni verificabili sugli **aspetti della vita mondana**.

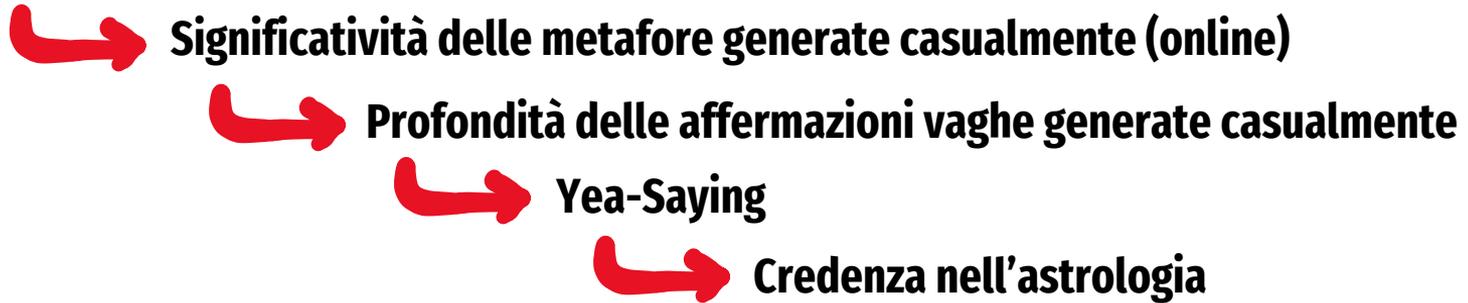
Esempio: "La maggior parte delle persone adorano un genere musicale"

Studio 4 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Ricerca transculturale → focus culturale più forte sul collettivismo in Cina rispetto agli Stati Uniti (Oyserman et al., 2002)



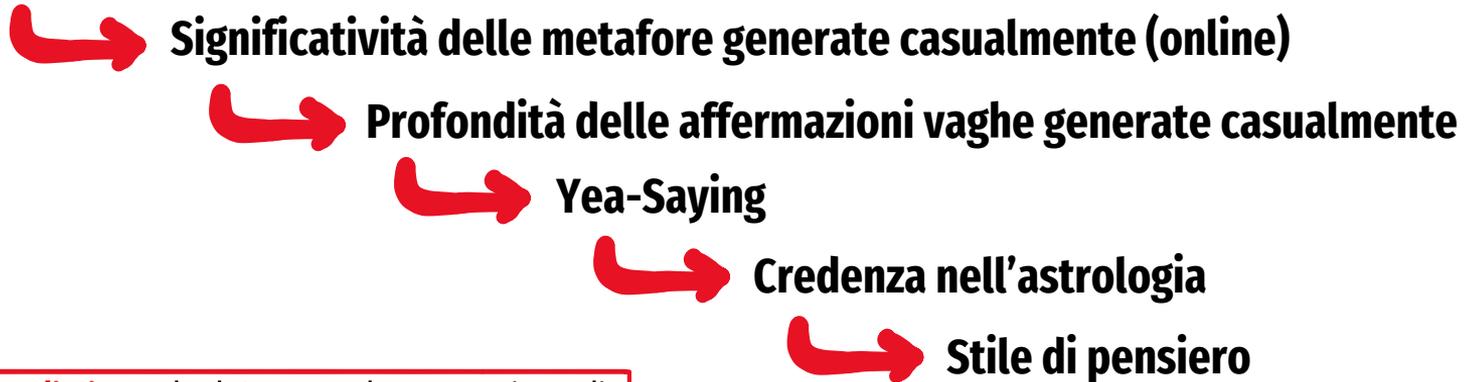
Valutare su una scala da 1 (fortemente in disaccordo) a 7 (fortemente in accordo) **frasi riguardanti l'astrologia**
Esempio "L'astrologia possiede verità scientifica" "Penso che l'oroscopo possa raccontare il futuro delle persone"

Studio 4 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Ricerca transculturale → focus culturale più forte sul collettivismo in Cina rispetto agli Stati Uniti (Oyserman et al., 2002)



Il pensiero olistico calcolato come la proporzione di risposte nelle 8 prove critiche in cui gli elementi potevano essere raggruppati relazionalmente (es. insegnante e compiti per casa) o categoricamente (insegnanti e dottori)

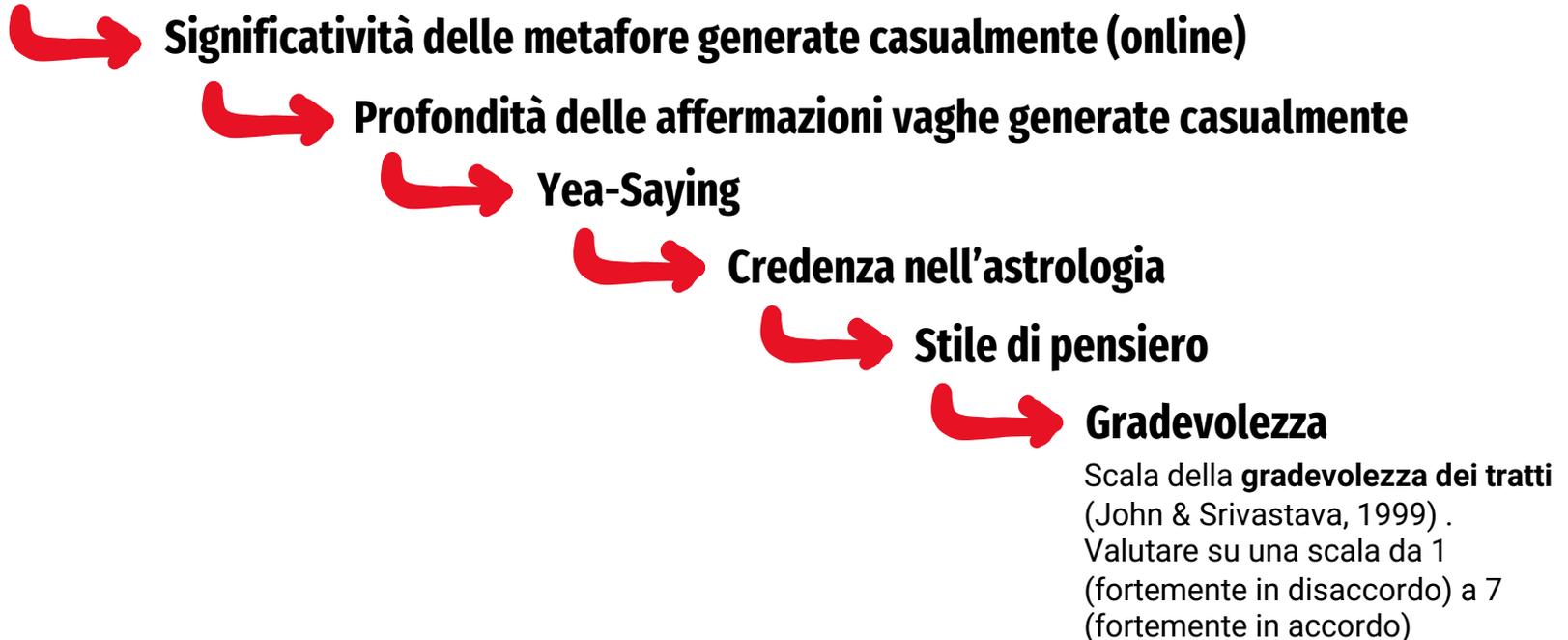
Compito della triade (Chiu, 1972) = 8 triadi critiche e 12 triadi filler
I partecipanti vedevano una triade (es. dottore, insegnante, compiti per casa) e riferivano 2 parole più strettamente correlate

Studio 4 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Ricerca transculturale → focus culturale più forte sul collettivismo in Cina rispetto agli Stati Uniti (Oyserman et al., 2002)

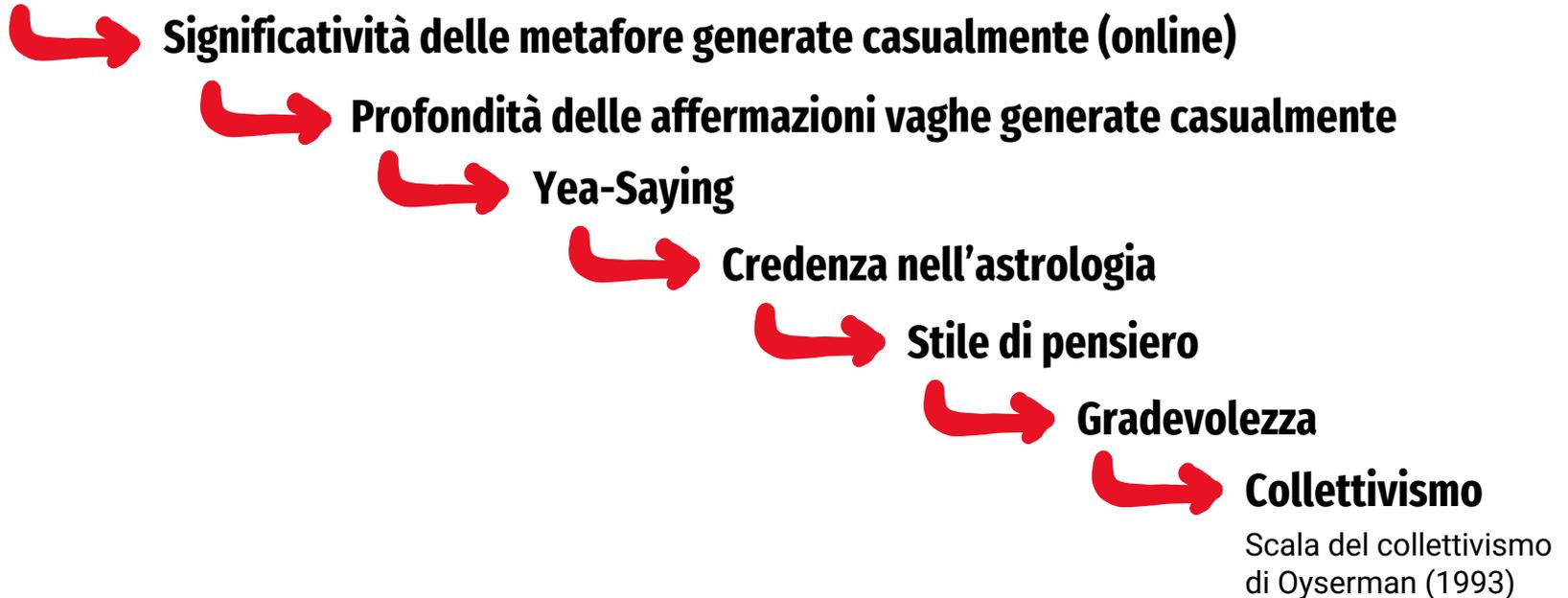


Studio 4 – Metodologia

1

Dimostrare H1

Ricerca transculturale → focus culturale più forte sul collettivismo in Cina rispetto agli Stati Uniti (Oyserman et al., 2002)



Studio 4 – Risultati

1

Dimostrare H1

Ricerca transculturale → focus culturale più forte sul collettivismo in Cina rispetto agli Stati Uniti (Oyserman et al., 2002)



Confermata

- I partecipanti cinesi trovavano maggiore significato nelle affermazioni vuote generate casualmente rispetto ai partecipanti americani sia se l'affermazione era una metafora sia se era formata da vaghe stringhe di parole
- Partecipanti cinesi credevano maggiormente nell'astrologia ($M = 2.81$, $SD = 1.45$) rispetto agli americani ($M = 2.66$, $SD = 1.52$), anche se la differenza non è significativa $F(1, 438) = .91$, $p = .34$, $d = .10$

Studio 4 – Risultati

1

Dimostrare H1

Ricerca transculturale → focus culturale più forte sul collettivismo in Cina rispetto agli Stati Uniti (Oyerman et al., 2002)



Effetti dell'approvazione del collettivismo

- Persone che avevano punteggi maggiori nel collettivismo trovavano più significative le metafore, $F(1, 437) = 26.99, p, .001$, le frasi generate casualmente da stringhe di parole maggiormente profonde, $F(1, 437) = 34.84, p, .001$ e credevano maggiormente nell'astrologia, $F(1, 437) = 10.86, p = .001$
- **Non sono state confermate le ipotesi alternative**

Studio 4 –Potenziali limiti

1

Campione

Il campione cinese (315 partecipanti) è più ampio del campione americano (122 partecipanti)

2

Genere

Nel gruppo «Americani» vi erano più del doppio delle femmine rispetto ai maschi (82 f e 40 m) mentre nel gruppo «Cinesi» vi erano più maschi che femmine (135 f e 180 m)

3

Età

Differenza anche dell'età media (19.69 per gli americani vs 23.36 per i cinesi)

Studio 5 – Obiettivo

1

Dimostrare H2

Le persone con maggiore punteggio nel collettivismo trovano la metafora maggiormente significativa e questa relazione è mediata dalla probabilità di generare modi nei quali la metafora potrebbe avere senso

Studio 5 – Partecipanti

1

Dimostrare H2

Le persone con maggiore punteggio nel collettivismo trovano la metafora maggiormente significativa e questa relazione è mediata dalla probabilità di generare modi nei quali la metafora potrebbe avere senso



250 partecipanti americani

51.6% femmine
Età media= 31.24
SD= 11.56



69% European American
12% Asian American
8% African American
6% Latino American
7% altre etnie

Studio 5 – Metodologia

1

Dimostrare H2

Le persone con maggiore punteggio nel collettivismo trovano la metafora maggiormente significativa e questa relazione è mediata dalla probabilità di generare modi nei quali la metafora potrebbe avere senso



Procedura

- Valutare la significatività su una scala da 1= per niente significativo a 7= molto significativo
- “L’amore è una foresta”= affermazione vuota
- Scrivere i pensieri
- Completare la scala del collettivismo

Studio 5 – Metodologia

1

Dimostrare H2

Le persone con maggiore punteggio nel collettivismo trovano la metafora maggiormente significativa e questa relazione è mediata dalla probabilità di generare modi nei quali la metafora potrebbe avere senso



Procedura



Codifica del pensiero

Risposte di pensiero di ogni partecipante codificate in due variabili

1. "L'amore è una foresta" (1 = generato uno o più spiegazioni, 0 = non ha generato alcuna spiegazione)
2. Variabile continua che rappresenta il numero di spiegazioni generate per il significato dell'affermazione

→ 48,8% dei partecipanti hanno fornito una o più spiegazioni (1,80)

Studio 5 – Risultati

1

Dimostrare H2

Le persone con maggiore punteggio nel collettivismo trovano la metafora maggiormente significativa e questa relazione è mediata dalla probabilità di generare modi nei quali la metafora potrebbe avere senso



Confermata

- I partecipanti che hanno ottenuto un punteggio più alto nel collettivismo:
 - ✓ Hanno valutato la metafora generata casualmente come più significativa, ($p, .001$)
 - ✓ Erano più propensi a fornire una spiegazione ($p = .008$).
- Il punteggio di collettivismo non era correlato al numero di parole scritte, $r(249), 0,01, p = 0,99$

Studio 5 – Risultati

1

Dimostrare H2

Le persone con maggiore punteggio nel collettivismo trovano la metafora maggiormente significativa e questa relazione è mediata dalla probabilità di generare modi nei quali la metafora potrebbe avere senso



Confermata

- I risultati ottenuti tramite analisi di mediazione suggeriscono che il numero di spiegazioni generate da una persona ha **mediato l'effetto del loro collettivismo** su quanto siano significative le metafore (effetto indiretto = .22, SE = .09, $p = .01$, IC 95%)
- ✓ Il collettivismo **migliora la tendenza delle persone a vedere un significato nelle affermazioni vuote** motivandole a considerare come le affermazioni possano essere significative e, nel farlo, costruire significato e anche verità.

Studio 5 –Potenziali limiti

1

Mediazione

Il modello di mediazione verificato è solo esplorativo (non sappiamo la direzione delle relazioni). Non abbiamo nemmeno una direzione temporale (non sappiamo ad esempio se le persone già subito stabiliscano un livello di credenza nelle affermazioni e poi producano delle spiegazioni successivamente, in questo caso non sarebbe vera mediazione)

Studio 6a e 6b – Obiettivo

1

Dimostrare H2

Ipotesi causale: i livelli di collettivismo sono legati causalmente al livello di credenza in affermazioni senza significato

Studio 6a e 6b – Partecipanti

1

Dimostrare H2

Ipotesi causale: i livelli di collettivismo sono legati causalmente al livello di credenza in affermazioni senza significato



288 partecipanti nello studio 6a e 360 nello studio 6b



→ Adulti statunitensi di lingua madre inglese reclutati su Amazon Mechanical Turk

Studio 6a e 6b – Metodologia

1

Dimostrare H2

Ipotesi causale: i livelli di collettivismo sono legati causalmente al livello di credenza in affermazioni senza significato



Collettivismo (VI Between – Random) - *Forced-Agreement Scale Effect Paradigm*

1. Più collettivismo (+)
2. Meno collettivismo (-)

+ collettivismo

Valutare il grado di accordo con degli items della scala sul collettivismo usati nello studio 3 (1=*slightly agree*; 7=*completely agree*)

- collettivismo

Grado di disaccordo con degli items della scala sul collettivismo usati nello studio 3 (1=*slightly disagree*; 7= *completely disagree*)

→ Manipolazione testata con uno studio pilota e con manipulation check nello studio 6 a dopo la misura della V.D (2 items della scala sul collettivismo non presenti nel priming)

Studio 6a e 6b – Metodologia

1

Dimostrare H2

Ipotesi causale: i livelli di collettivismo sono legati causalmente al livello di credenza in affermazioni senza significato



Variabili dipendenti (VD)

Studio 6a

Valutare la profondità di 8 affermazioni vaghe generate randomicamente (materiale studio 4)

Studio 6b

Valutare informatività, significatività e grado di credenza in una fake news generata casualmente (materiale studio 3c)

Studio 6a e 6b – Risultati

1

Dimostrare H2

Ipotesi causale: i livelli di collettivismo sono legati causalmente al livello di credenza in affermazioni senza significato



Confermata

- La manipolazione sui livelli di collettivismo è risultata efficace, infatti le medie tra i due gruppi risultano significativamente differenti: $M=5.04$ vs $M=4.71$ ($F(1/286)=5.92$), $d=.29$, $p=.02$)
- La media di profondità attribuita alle affermazioni dal gruppo +collettivismo risulta maggiore (non in maniera significativa): $M= 4.13$ vs $M=3.85$ ($F(1/286)=3.47$, $d=.22$, $p=.06$)
- La media delle credenza nella fake news generata risulta significativamente maggiore nel gruppo + collettivismo (6 b): $M= 4.39$ vs 3.99 ($F(1/357)=5.68$, $d=.26$, $p=.02$)

Sintesi metanalitica 2 studi: ($Z=3.01$, $d=.24$, $p=.003$)

Studio 6a e 6b –Potenziali limiti

1

Rappresentatività

Partecipanti reclutati su amazon mechanical turk, il campione non risulta rappresentativo della popolazione statunitense (Walters K et al. 2018)

2

Manipolazione

Limiti del FASE per la manipolazione sperimentale : è possibile che i mismatches non vengano influenzati dalla manipolazione sperimentale (Petrocelli,2010), questo non è stato controllato

3

Manipulation check

Nella replica concettuale (6B) non è stato fatto il manipulation check

Studio 7 – Obiettivo

1

Dimostrare H2

Ipotesi: il collettivismo porta a dare un maggior significato ad affermazioni vaghe/senza significato poichè le persone sono più motivate a cercare un terreno comune con l'interlocutore.

Studio 7 – Partecipanti

1

Dimostrare H2

Ipotesi: il collettivismo porta a dare un maggior significato ad affermazioni vaghe/senza significato poichè le persone sono più motivate a cercare un terreno comune con l'interlocutore.



119 Cinesi adulti reclutati su un sito di crowdsourcing (zsj.com)



Studio 7 – Metodologia

1

Dimostrare H2

Ipotesi: il collettivismo porta a dare un maggior significato ad affermazioni vaghe/senza significato poichè le persone sono più motivate a cercare un terreno comune con l'interlocutore.



Condizioni «Affermazioni Human Generated» (VI Between – Random)

Human Generated

Assunzione implicita che l'affermazione provenga da un altro individuo

Non Human Generated

Viene specificato il reale metodo di generazione

Procedura: Il partecipante sceglie dei numeri a caso → Viene generata con questi una frase del tipo «X is Y»

Viene chiesto di dare un **rating di significatività** all'affermazione

Studio 7 – Metodologia

1

Dimostrare H2

Ipotesi: il collettivismo porta a dare un maggior significato ad affermazioni vaghe/senza significato poichè le persone sono più motivate a cercare un terreno comune con l'interlocutore.



Condizioni «Affermazioni Human Generated» (VI Between – Random)



Collettivismo

È stata utilizzata la stessa scala dello studio 3

Studio 7 – Risultati

1

Dimostrare H2

Ipotesi: il collettivismo porta a dare un maggior significato ad affermazioni vaghe/senza significato poichè le persone sono più motivate a cercare un terreno comune con l'interlocutore.



Confermata

- No effetto principale della V.I human gen vs non human gen ($F(1,117)=.27$ $p=.60$)
- Interazione tra V.I e collettivismo ($F(1,115)=7.72$, $p=.006$, $\Delta R^2=0.06$)
- Correlazione positiva tra collettivismo e attribuzione di significato nel gruppo H.G ($r=.42$, $p=.001$)
- Correlazione non significativa nel gruppo Non H.G ($r=-.08$, $p=.54$)

Studio 7 – Discussione e potenziali limiti



Discussione

Il collettivismo aumenta la probabilità di credere in affermazioni vaghe e senza significato solo nel caso queste provengano da un comunicatore umano

1

Limiti - Campione

Campione non rappresentativo della popolazione cinese (reclutato tramite crowdsourcing)

!

Sviluppi futuri

È possibile che il collettivismo sia correlato alla probabilità di credere in affermazioni senza significato solo nel caso queste provengono da un comunicatore umano quando questo appartiene (esplicitamente o implicitamente) all'ingroup ma non quando appartiene all'outgroup

Discussione generale



Affermazioni prive di significato già presenti nel mondo reale

Correlazione tra credenza ad affermazioni senza significato già presenti nel mondo reale (astrologia, superstizioni, pseudoscienza etc.).



Affermazioni prive di significato costruite in maniera pseudo-randomica

Questa associazione è stata generalizzata ad una più ampia classe di affermazioni prive di significato (tra cui anche alcune costruite in maniera pseudo-randomica)



Causale

Questo effetto del collettivismo sulla credenza in tali tipi di affermazioni sembra essere causale (studi 6 a e 6 b)

Discussione generale



Implicazioni pratiche

Poiché il rischio pandemico predice alti livelli di collettivismo (Fincher et al. 2008) questo lavoro offre una spiegazione parziale alla proliferazione di informazioni false riguardanti il Covid-19 (le persone sarebbero risultate maggiormente motivate a trovare significato nelle informazioni trasmesse da altri)



Spiegazioni alternative: Credulità

Incompatibile con i risultati dello studio 5 dove emerge che le persone con più alti livelli di collettivismo cercano attivamente di dare significato alle affermazioni vuote



Spiegazioni alternative: Ragionamento olistico

Il collettivismo è associato a maggiori livelli di ragionamento olistico (Varnum et al.2010) ma lo studio pilota 1 e lo studio 4 non trovano nessuna associazione tra questo tipo di ragionamento e i livelli di credenza in affermazioni prive di significato.

(inoltre nello studio 4 la correlazione tra credenza e collettivismo rimane invariata controllando per tale variabile)

Discussione generale



Spiegazioni alternative: Maggiore fiducia verso l'ingroup

La fiducia generale è correlata negativamente al collettivismo e lo studio 1 mostra che questa è correlata negativamente anche all'accettazione della pseudoscienza, non può quindi mediare una relazione positiva tra queste due variabili.

Grazie per l'attenzione!

