

Status e processo di selezione di informazioni:

gli effetti dell'asimmetria sociale sull'asimmetria delle strategie di controllo di ipotesi

[Status and information-search process:

Social asymmetry leads to asymmetric strategies in social hypothesis testing]

Marta Mangiarulo¹, Patrice Rusconi², Simona Sacchi³

¹Centro interdipartimentale Mente/Cervello, Università degli Studi di Trento

² Health and Medical Sciences, University of Surrey

³Dipartimento di Psicologia, Università degli Studi di Milano-Bicocca

Il presente lavoro è stato finanziato dal MIUR, programma PRIN 2010-2011 2010RP5RNM

Marta Mangiarulo

CIMeC, Centro interdipartimentale Mente/Cervello, Università degli Studi di Trento

C.so Bettini 31, 38068, Rovereto (TN), Italy

marta.mangiarulo@unitn.it

Patrice Rusconi

Faculty of Health and Medical Sciences, University of Surrey,

Guildford, Surrey, GU2 7XH, UK

p.rusconi@surrey.ac.uk

Simona Sacchi

Dipartimento di Psicologia, Università degli Studi di Milano-Bicocca, P.zza dell'Ateneo Nuovo 1,
20126, Milano, Italy.

simona.sacchi@unimib.it

Riassunto

Studi precedenti hanno mostrato come le persone di alto status siano propense a utilizzare domande suggestive durante l'interazione interpersonale. Lo studio qui presentato (N = 254) ha investigato se l'asimmetria di status possa portare gli individui a utilizzare anche strategie asimmetriche durante il processo di controllo di ipotesi sociali, ovvero a scegliere domande le cui risposte "sì" e "no" non hanno uguale valore diagnostico. A tal fine, dopo aver manipolato lo status (supervisore vs. subordinato), è stato chiesto ai partecipanti di scegliere delle domande per indagare la presenza di alcuni tratti (positivi vs. negativi) in un target sociale. I risultati suggeriscono che gli individui in condizione di alto status sono maggiormente propensi ad adottare strategie asimmetriche confermanti durante il processo di controllo di ipotesi rispetto a individui di basso status. È stata, infine, discussa la rilevanza applicativa dei risultati ottenuti.

Keywords: controllo di ipotesi sociali, domande asimmetriche, status, confirmation bias

Abstract

Previous studies have indicated that high status people are prone to use leading questions during interpersonal interaction. The present study (N = 254) aimed to investigate if asymmetry between high and low status individuals is likely to bias the social hypothesis testing toward asymmetric questions, namely queries for which the "yes" and the "no" answers are not equally diagnostic. To this purpose, after manipulating their status (supervisor vs. subordinate), participants were asked to choose questions to investigate the presence of attributes (positive or negative) in a social target. The results showed that higher status individuals are more likely to adopt the asymmetric confirming strategy during the social hypothesis-testing than lower status individuals. The potential application of this research is discussed.

Keywords: social hypothesis-testing, asymmetric questions, status, confirmation bias

Status e processo di selezione di informazioni:

gli effetti dell'asimmetria sociale sull'asimmetria delle strategie di controllo di ipotesi

[Status and information-search process:

Social asymmetry leads to asymmetric strategies in social hypothesis testing]

Per acquisire conoscenze sulla realtà sociale circostante e verificare le proprie ipotesi sugli altri, così come avviene per l'ambiente fisico, le persone ricorrono a strategie di ricerca di informazioni. Ricercare dati al fine di formarsi delle opinioni e controllare il proprio giudizio su target sociali sono fasi fondamentali nel processo di formazioni di impressioni alla base della percezione sociale di individui e gruppi (Fiske, & Neuberg, 1990). Queste strategie, influenzate da fattori cognitivi, motivazionali, contestuali, e anche da stereotipi e pregiudizi, possono essere diagnostiche e bilanciate, così come parziali e tendenziose (per una revisione si veda Trope & Liberman, 1996). Il presente contributo si occupa di indagare come l'asimmetria di status tra l'individuo che ricerca attivamente informazioni e l'individuo oggetto delle ipotesi possa influenzare le strategie di selezione di informazioni. In particolare, ci si focalizzerà su una particolare classe di domande – ovvero le domande chiuse in formato sì/no – e si analizzerà se e come la differenza di status possa sbilanciare il processo di controllo di ipotesi sociali verso strategie pseudo-diagnostiche.

Strategie di selezione di informazione pseudo-diagnostiche

La letteratura si è largamente focalizzata sull'utilizzo di domande suggestive in formato aperto (*leading*), sulle loro caratteristiche, sulla loro tendenziosità e sulle conseguenze del loro utilizzo nel processo di conferma di ipotesi (Dardenne & Leyens, 1995; Snyder & Swann, 1978). Le domande suggestive prevedono una risposta aperta, implicano la verità del tratto che si sta valutando e spingono il rispondente a fornire una risposta confermando l'ipotesi a priori. Ad esempio, la domanda “come dimostri a tua madre che le vuoi bene?” è una domanda suggestiva perché implica che il rispondente voglia bene alla

madre e non permette falsificazione. Le domande suggestive, quindi, oltre a prevedere un controllo positivo, ovvero una focalizzazione sull'ipotesi da testare (Wason, 1968), suggeriscono la verità dell'ipotesi a priori. Come suggerito da una più recente letteratura, il controllo positivo non è di per sé sufficiente a generare un bias di conferma in quanto l'individuo, pur analizzando una sola opzione, può ricevere alla propria domanda sia una risposta confermante che falsificante (Fiedler & Walther, 2004; Klayman, 1995; Klayman & Ha, 1987; McKenzie, 2004). Le domande aperte suggestive diventano tendenziose perché aggiungono al controllo positivo un'inibizione della risposta falsificante.

Diversi ambiti disciplinari della psicologia si sono occupati delle domande aperte suggestive e dei loro effetti. Studi in psicologia della memoria, con i lavori ormai classici della Loftus, hanno indagato il ruolo delle domande suggestive nella distorsione del ricordo (e.g., Loftus, 1975; Loftus & Palmer, 1974). Ad esempio, la psicologia dello sviluppo ha analizzato come i bambini risultino suggestionabili e influenzabili da questo tipo di domanda in misura maggiore rispetto agli adulti (Goodman & Reed, 1986). Le domande aperte suggestive nel corso di interrogatori e nella discussione di testimonianze sono state prese in esame anche nell'ambito della psicologia giuridica (Cassel, Roebbers, & Bjorklund, 1996; Danet, 1980).

La ricerca, pur essendosi a lungo occupata delle domande suggestive a formato aperto, ha invece riservato un ruolo marginale all'utilizzo di domande a formato chiuso—ovvero, domande che prevedono risposte sì/no—e alle conseguenze del loro utilizzo nel processo di controllo di ipotesi sociali (Cameron & Trope, 2004; Cherubini, Rusconi, Russo, Di Bari, & Sacchi, 2010; Trope & Thompson, 1997). Tuttavia anche una strategia di ricerca di informazioni completamente basata su domande a formato sì/no può risultare tendenziosa quando tali domande risultano asimmetriche. Con l'aggettivo "asimmetriche" si indicano quelle domande a risposta chiusa per le quali la risposta 'sì' e la risposta 'no' differiscono per il loro contenuto informativo o diagnosticità (Cameron & Trope, 2004; Cherubini et al., 2010;

Sacchi, Rusconi, Russo, Bettiga, & Cherubini, 2012; Trope & Liberman, 1996; Trope & Thompson, 1997). La diagnosticità delle risposte ‘sì’ e ‘no’ a una domanda è calcolabile applicando il teorema di Bayes, che permette di quantificare la revisione della fiducia che una persona ha inizialmente in un’ipotesi (o probabilità *a priori*, $p(H)$) alla luce di nuove informazioni confermanti (D+) o disconfermanti (D-) (e.g., Cherubini et al., 2010). In particolare, l’asimmetria di una domanda può essere calcolata usando la seguente formula:

$|p(H)-p(H|D+)| - |p(H)-p(H|D-)|$ dove $p(H)$ è la probabilità *a priori* dell’ipotesi, $p(H|D+)$ è la probabilità attribuita all’ipotesi aggiornata alla luce di informazioni confermanti e $p(H|D-)$ è la probabilità stimata dell’ipotesi aggiornata alla luce di informazioni disconfermanti.

L’indice di asimmetria è quindi calcolato come differenza tra l’impatto della risposta ‘sì’ sulla probabilità a priori e l’impatto della risposta ‘no’ (Sacchi et al., 2012). Se la risposta coerente con l’ipotesi focale è più diagnostica di quella non coerente, si parla di strategia asimmetrica *confermante*. Un esempio di domanda asimmetrica confermante per testare l’ipotesi “la persona X è disonesta” è: “Sei stato in carcere?”. Una risposta confermante ‘sì’ a questa domanda è poco probabile ma, se ottenuta, permette di aumentare molto la fiducia nell’ipotesi focale (una persona che è stata in carcere è quasi sicuramente disonesta) mentre una risposta falsificante ‘no’ non falsifica fortemente l’ipotesi (una persona può essere disonesta anche senza essere mai stata in carcere). Al contrario, se la risposta non coerente con l’ipotesi focale è la più diagnostica, si parla di strategia asimmetrica *falsificante*. Un esempio di domanda asimmetrica falsificante per l’ipotesi “la persona X è coraggiosa” è: “Ha paura di stare da sola in casa la sera?”. Una risposta ‘sì’ a questa domanda tende a falsificare fortemente l’ipotesi focale mentre una risposta ‘no’ non la supporta con uguale forza (una persona può non aver problemi a stare da sola in casa la sera senza per questo essere particolarmente coraggiosa). Nonostante le domande a formato chiuso sì/no siano considerate tradizionalmente più bilanciate e meno tendenziose, la strategia di controllo positivo (Klayman & Ha, 1987) associata all’utilizzo di domande asimmetriche può portare a una tendenza alla conferma

(*confirmation bias*), ovvero a una conferma indebita dell'ipotesi focale (Trope & Thompson, 1997), soprattutto nel caso in cui questo sbilanciamento nella fase di ricerca di informazioni non venga corretto in fase di valutazione dell'effettiva risposta ricevuta (e.g., McKenzie, 2004). Si deve, infatti, considerare che il bias di conferma è determinato da un processo complesso che comprende la fase di formulazione dell'ipotesi e di ricerca di informazioni ma anche quella di valutazione soggettiva delle risposte ricevute (ad esempio, una persona potrebbe essere motivata a svalutare e non considerare una risposta falsificante nonostante sia altamente diagnostica).

Effetti dello status sulle strategie di selezione di informazioni

La ricerca e la selezione di informazioni appaiono particolarmente soggette a distorsioni ed errori sistematici quando calate in una prospettiva interpersonale (Snyder & Swann, 1978) o intergruppo (Cameron & Trope, 2004; Sacchi et al., 2012; Trope & Thompson, 1997). Poiché gran parte delle informazioni sul contesto e sulle altre persone vengono acquisite proprio nel corso di interazioni (Snyder & Swann, 1978; Trope & Mackie, 1987), è cruciale comprendere gli effetti di variabili sociali sul processo di controllo di ipotesi e le conseguenze in termini di *confirmation bias*.

Una variabile sociale che sembra svolgere un ruolo importante nel processo di ricerca di informazioni e, più in generale, nella formazione di impressioni di personalità è lo status. L'organizzazione gerarchica è, infatti, una delle caratteristiche centrali della vita sociale che non solo determina l'ordine e la coordinazione nel gruppo ma influenza un'ampia gamma di processi motivazionali e cognitivi (e.g., Fiske, 2010; Magee & Galinsky, 2008).

De Dreu e Van Kleef (2004) hanno dimostrato come lo status influisca sul processo di ricerca di informazioni e sulla formazione di impressioni in ambito sociale. Più precisamente, mentre le persone di alto status tendono a confermare le ipotesi precedentemente formulate sul loro interlocutore attraverso un più ampio utilizzo di domande suggestive, gli individui in condizione di basso status tendono a porre domande più bilanciate

in quanto maggiormente motivati a formarsi un'impressione il più possibile accurata. Questi risultati sono in linea con quanto ipotizzato da Fiske e Dépret (1996) secondo cui gli individui che possono esercitare un controllo maggiore (alto potere) saranno meno motivati a ricercare informazioni ad alta diagnosticità e più portati a ricercare dati che confermino le proprie ipotesi e gli stereotipi preesistenti (Fiske, 1993; Rodríguez-Bailón, Moya, & Yzerbyt, 2000).

Gli studi condotti in precedenza, tuttavia, si sono focalizzati esclusivamente sulle domande suggestive in formato aperto (De Dreu & Carnevale, 2003; De Dreu & Van Kleef, 2004), trascurando possibili effetti sulle domande in formato sì/no, tradizionalmente considerate maggiormente bilanciate e prive di bias. L'obiettivo della presente ricerca è di indagare l'ipotesi che l'asimmetria di status tra l'individuo che ricerca le informazioni e l'individuo oggetto dell'ipotesi possa sbilanciare anche le strategie di controllo di ipotesi basate su domande chiuse, rendendo tali domande asimmetriche. Nello specifico, in linea con la letteratura, si ipotizza che individui ad alto status utilizzino maggiormente strategie asimmetriche confermanti l'ipotesi a priori mentre individui a basso status siano maggiormente portati a utilizzare strategie simmetriche.

Per verificare tale ipotesi è stato condotto uno studio sperimentale in cui è stato manipolato lo status relativo dei partecipanti e misurato il livello di asimmetria della strategia utilizzata nella ricerca di informazioni sul target sociale.

Lo studio

Partecipanti

Hanno partecipato allo studio 254 partecipanti (72 uomini), di età compresa tra i 19 e i 51 anni ($M = 25$, $DS = 5.34$). Tutti i partecipanti erano di nazionalità italiana tranne due di nazionalità albanese e uno di nazionalità svizzera. La *power analysis* condotta a priori con G*Power (Faul, Erdfelder, Lang, & Buchner, 2007) ha suggerito una numerosità $N = 180$ (con potenza .80). La somministrazione tramite SurveyMonkey e il campionamento a valanga hanno portato a raccogliere più dati di quanto stabilito a priori. Non sono stati esclusi

partecipanti dal campione, le analisi sono state condotte nello stesso momento e non sono stati raccolti dati in momenti differenti, dopo le prime analisi.

Materiale e procedura

Il questionario è stato somministrato attraverso un sistema per la somministrazione di indagini on-line (SurveyMonkey). Il link è stato inviato tramite email, è stato pubblicato sulle pagine Facebook di vari gruppi universitari e diffuso tramite campionamento a valanga. Il questionario è stato presentato genericamente come un gioco di ruolo seguito da un compito di selezione di domande.

Inizialmente i partecipanti dovevano indicare i propri dati socio-demografici (età, genere, nazionalità). Successivamente si chiedeva loro di leggere un breve scenario e di immedesimarsi il più possibile nel personaggio indicato. Nella condizione a basso status si diceva ai partecipanti: *“Immagina di collaborare con un tuo collega nell’ambito di un progetto interno all’Università. Nello svolgimento dei compiti, lui sarà il supervisore e tu sarai il subordinato”*. Nella condizione ad alto status, invece, si diceva *“Nello svolgimento dei compiti, tu sarai il supervisore e lui sarà il subordinato”*. I due scenari sono stati scelti tra altri sulla base dei risultati di un pretest che mostrava la loro efficacia nel manipolare la percezione del proprio status¹.

I partecipanti sono stati assegnati casualmente a una delle due condizioni sperimentali.

Dopo aver letto lo scenario, i partecipanti dovevano rispondere a un brevissimo questionario (*manipulation check*) in cui si chiedeva di valutare su una scala a 7 punti (dove 1 = *per nulla*, 7 = *moltissimo*) la propria autorevolezza e il proprio prestigio (es. *“Quanto ritieni di avere una posizione prestigiosa?”*, *“Quanto ritieni di poter essere autorevole?”*) e l’autorevolezza e il prestigio del proprio interlocutore.

Nel questionario sono stati utilizzati 4 tratti da indagare nell’interlocutore o in versione positiva o in versione negativa (sincero/bugiardo, onesto/disonesto, creativo/rigido

ed estroverso/introverso). Per verificare che la probabilità a priori relativa alla presenza di un determinato tratto nella popolazione generale corrispondesse approssimativamente al 50% è stato chiesto ai partecipanti di indicare su una scala a 11 punti (0%= impossibile, 100%= certo) quale fosse la probabilità che il loro interlocutore possedesse ciascuno dei tratti, in assenza di altre informazioni.

Ai partecipanti è stato poi presentato il compito di selezione di informazioni. Per evitare effetti di contenuto, sono stati presentati i quattro tratti, uno alla volta e in ordine randomizzato, relativamente all'interlocutore (supervisore o subordinato). Per ogni tratto, ai partecipanti è stato chiesto di selezionare da una lista di nove domande le tre a loro parere più utili per capire se l'interlocutore possedesse il tratto in esame. La lista di domande includeva tre domande simmetriche (ad esempio, per il tratto disonesto, *“Il collega non ha sempre avuto rispetto nei confronti della legge?”*), tre domande asimmetriche confermanti (es., *“Il collega evade le tasse?”*) e tre domande asimmetriche falsificanti (es., *“Il collega, se trova un portafoglio per terra, lo riconsegna al proprietario?”*)². A metà del campione sono stati presentati quattro tratti positivi, all'altra metà quattro tratti negativi. Le domande utilizzate nello studio sono visibili al link <https://osf.io/p37hg/>. Il disegno sperimentale era, quindi: 2 (status: alto vs. basso) x 2 (valenza: positiva vs. negativa) con entrambi i fattori manipolati tra partecipanti.

Risultati

Manipulation check e analisi preliminari

Per verificare l'efficacia della manipolazione, è stato calcolato un indice medio di status riferito a se stessi ($\alpha = .77$) e all'interlocutore ($\alpha = .71$). È stata poi calcolata un'ANOVA 2 (status: alto vs. basso) x 2 (target: sé vs. altro) con il primo fattore tra partecipanti e il secondo entro partecipanti. In linea con le aspettative, l'ANOVA ha mostrato un effetto di interazione significativo tra status e target, $F(1, 252) = 153.09, p < .001, \eta_p^2 = .38$. Mentre in condizione di basso status i partecipanti attribuiscono meno prestigio a se stessi

($M = 3.48$, $DS = 1.04$) che al collega ($M = 4.28$, $DS = 1.20$), test LSD: $p < .001$, in condizione di alto status attribuiscono maggior prestigio a se stessi ($M = 5.05$, $DS = 1.08$) che al collega ($M = 3.81$, $DS = 1.16$), test LSD: $p < .001$. L'analisi ha quindi mostrato che la manipolazione sperimentale di status è stata efficace.

È stata in seguito condotta una serie di t -test per campioni unici per confrontare le stime di $p(H)$ associate a ciascun tratto con i valori estremi della scala, 0% e 100%; sia nella primo caso, $ts(253) > 39.28$, $p < .001$, che nel secondo, $ts(253) < -38.02$, $p < .001$, i confronti sono risultati significativi. Tale risultato indica che le stime a priori degli otto tratti utilizzati risultano non polarizzate (valori medi inclusi tra 43.70% e 57.32%). Questa conferma è rilevante perché, come discutono Trope e Thompson (1997), stime di probabilità fortemente sbilanciate verso la certezza o l'impossibilità influenzano la probabilità soggettiva che il target fornisca una risposta coerente o incoerente con l'ipotesi e, di conseguenza, l'utilizzo di domande a/simmetriche.

Strategie di selezione di informazioni

Per analizzare il grado di asimmetria della strategia di ricerca di informazioni dei partecipanti nelle diverse condizioni sperimentali, sono stati assegnati alle domande i seguenti punteggi: -1 per domande asimmetriche disconfermanti, 0 per domande simmetriche, 1 per asimmetriche confermanti. L'asimmetria della strategia di ricerca di informazioni del partecipante per ogni tratto è stata calcolata come somma di questi punteggi. Poiché i partecipanti dovevano scegliere tre domande per tratto, l'indice di asimmetria poteva assumere un valore compreso tra -3 e +3: lo 0 indica una strategia simmetrica, un valore di 3 indica una strategia asimmetrica confermante e il valore minimo di -3 indica una strategia asimmetrica disconfermante. È stato successivamente calcolato un indice unitario calcolando la media degli indici ottenuti sui quattro diversi tratti. Su tale indice è stata calcolata un'ANOVA 2 (status: alto vs. basso) x 2 (valenza: positiva vs. negativa) x 4 (tratto) con i primi due fattori tra partecipanti e l'ultimo entro partecipanti.

L'analisi non ha mostrato né un effetto principale di valenza, $F(1, 250) = 2.63, p = .11, \eta_p^2 = .01$, né un effetto di interazione tra valenza e status, $F(1, 250) = .001, p = .98, \eta_p^2 = .00$. In linea con le ipotesi, è emerso invece un effetto principale di status, $F(1, 250) = 9.18, p = .003, \eta_p^2 = .04$. In condizione di alto status, i partecipanti tendevano a utilizzare una strategia più asimmetrica confermante ($M = .17, DS = .71$) rispetto ai partecipanti di basso status ($M = -.13, DS = .78$). Il t -test per campione unico, computato per confrontare l'indice di asimmetria della strategia adottata dai partecipanti con lo 0 (perfetta simmetria), mostra come mentre i partecipanti ad alto status adottino una strategia asimmetrica confermante rispetto alle ipotesi, $t(132) = 2.72, p = .007$, i partecipanti a basso status siano tendenzialmente simmetrici o sbilanciati verso la falsificazione, $t(120) = -1.88, p = .06$. L'analisi ha inoltre evidenziato un effetto principale del tratto, $F(1, 250) = 60.09, p < .001, \eta_p^2 = .19$, e un interessante effetto di interazione tra tratto e status, $F(1, 250) = 4.39, p = .04, \eta_p^2 = .02$. Come mostrato dai test post hoc, i partecipanti in alto status hanno scelto domande più asimmetriche confermate rispetto ai partecipanti in basso status sul tratto onesto/disonesto ($p = .003$) e sul tratto sincero/bugiardo ($p < .001$), mentre sui tratti creativo/rigido e introverso/estroverso non sono emerse differenze significative (rispettivamente $p = .37$ e $p = .33$). Tale risultato è in linea con un recente filone di ricerca che mostra come la dimensione morale sia dominante nel processo di selezione di informazioni e di formazione di impressioni (e.g., Brambilla, Rusconi, Sacchi, & Cherubini, 2011). In particolare, è possibile che la diversa propensione all'accuratezza nella ricerca di informazioni tra persone ad alto vs. basso status emerga per quei tratti che sono particolarmente importanti in termini di beneficio/danno. L'ANOVA non ha mostrato nessun effetto di interazione a tre vie, $F(1, 250) = .06, p = .81, \eta_p^2 = .00$.

Discussione Generale

Sebbene la psicologia giuridica e i numerosi studi che si sono occupati di testimonianza (e.g., Cassel, et al., 1996; Goodman & Reed, 1986) si siano focalizzati esclusivamente sull'utilizzo di domande aperte e suggestive, un vasto filone di letteratura

nell'ambito della cognizione sociale ha mostrato come anche le domande chiuse, ovvero quelle domande che prevedono una risposta in formato sì/no, possano sbilanciare la ricerca di informazioni verso una conferma o una falsificazione indebita delle ipotesi a priori (Trope & Thompson, 1997). In particolare, studi precedenti hanno mostrato come la salienza delle ipotesi a priori e gli stereotipi possano portare gli individui a utilizzare strategie di controllo di ipotesi sociali asimmetriche confermanti (Cameron & Trope, 2004; Sacchi et al., 2012). Questi processi di selezione di informazioni su target sociali hanno una scarsa capacità di falsificazione dell'ipotesi a priori con possibili conseguenze in termini di *confirmation bias* (Rusconi, Sacchi, Toscano, & Cherubini, 2012).

Diventa quindi particolarmente cruciale comprendere quali fattori, non solo cognitivi (Trope & Thompson, 1997), ma anche sociali e motivazionali, siano in grado di influenzare la strategia di selezione di informazioni che riguardano le altre persone presenti nel nostro contesto sociale. Su questa linea, la presente ricerca ha mostrato come una differenza di status tra l'individuo coinvolto nel processo di controllo di ipotesi sociali e l'individuo su cui tali ipotesi sono formulate possa avere degli effetti rilevanti sulla strategia di selezione di informazioni adottata. In particolare, i risultati hanno mostrato come individui in posizione di alto status tendano a utilizzare maggiormente strategie asimmetriche confermanti rispetto a individui in condizione di basso status. Tale risultato è in linea con quanto emerso da studi precedenti, esclusivamente focalizzati però sugli effetti dello status sull'utilizzo di domande aperte suggestive (De Dreu & Carnevale, 2003; De Dreu & Van Kleef, 2004). Nel complesso, la ricerca sembra quindi suggerire che persone di alto status siano meno motivate a utilizzare strategie di ricerca di informazioni simmetriche, ossia in grado di confermare e di falsificare in ugual misura le ipotesi a priori e le aspettative circa le caratteristiche degli altri individui presenti nel contesto sociale. Tale differenza tra individui in diversa posizione gerarchica emerge soprattutto su tratti relativi alla dimensione morale.

Questo effetto potrebbe avere diverse cause. Innanzi tutto è noto come gli individui che detengono il potere siano meno accurati nel processo di formazione di impressioni (e.g., Dépret & Fiske, 1999; Erber & Fiske, 1984; Fiske & Dépret, 1996) e meno propensi a utilizzare informazioni che falsificano i loro stereotipi e le loro aspettative (Goodwin, Gubin, Fiske, & Yzerbyt, 2000). È, infatti, possibile immaginare che persone ad alto status o potere sottovalutino gli eventuali costi derivanti da un'erronea accettazione dell'ipotesi a priori (Trope, Gervy, & Bolger, 2003; Trope, Gervy, & Liberman, 1997). Tuttavia è altresì possibile che gli individui di alto status, oltre a sottostimare i costi di un errore, sovrastimino la correttezza delle proprie ipotesi a priori proprio in virtù della loro posizione sociale e del loro prestigio. Studi futuri, focalizzati sui meccanismi sottostanti, potranno chiarire quale sia il processo in grado di determinare il risultato ottenuto.

Oltre a lasciare aperta la questione del processo, lo studio presenta alcuni limiti. Studi futuri potrebbero utilizzare un range più ampio di attributi con l'obiettivo di controllare in modo esplicito la relazione tra la strategia adottata dai partecipanti e alcune caratteristiche del tratto come la 'restrittività' (Reeder & Brewer, 1979) o il livello di astrazione linguistica delle domande (Semin e Fiedler, 1988). Inoltre, la manipolazione attraverso scenari fittizi non è paragonabile a un'interazione reale: è, dunque, cruciale replicare i risultati ottenuti utilizzando una situazione di interazione vis-à-vis tra individui (Dardenne & Leyens, 1995; Snyder & Swann, 1978). Infine, potrebbe essere importante comprendere in modo più dettagliato se, piuttosto che lo status, sia il potere – e quale tipo di potere in termini di legittimità e unidirezionalità (Goldhamer & Shils, 1939) – a influenzare il processo di controllo di ipotesi sociali. Infatti, come sostengono Blader e Chen (2012), poiché lo status è correlato alla legittimazione sociale, individui ad alto status sono più propensi a tenere in considerazione e rispettare i propri interlocutori. Viceversa, individui di alto potere, liberi dalla pressione sociale, sono maggiormente focalizzati sul proprio punto di vista e a propensi a ignorare il punto di vista altrui (Fiske, 1993; Galinsky, Magee, Ena Inesi, & Gruenfeld,

2006). Sulla base di queste premesse teoriche è possibile ipotizzare un'amplificazione dell'effetto ottenuto sulle strategie asimmetriche quando è il potere a essere specificamente manipolato invece dello status.

Nonostante questi limiti, la ricerca ha un elevato potenziale applicativo. Numerose sono, infatti, le situazioni caratterizzate da asimmetrie di status in cui il processo di selezione di informazioni è centrale. Si pensi ad esempio all'ambito clinico (relazione medico-paziente), a quello della selezione del personale (selezionatore-candidato) o a quello giuridico (Pubblico Ministero-testimone). Nel contesto giuridico, inoltre, in cui la dimensione di indagine prevalente è proprio quella morale, tale fenomeno potrebbe essere particolarmente accentuato. Anche nel contesto intergruppo, la relazione con membri di gruppi svantaggiati prevede nella maggior parte dei casi una forte asimmetria di status: l'utilizzo di strategie confermatorie da parte di individui ad alto status potrebbe, di conseguenza, concorrere al processo di conferma di stereotipi su gruppi stigmatizzati.

La ricerca in quest'ambito non solo può avere un importante ruolo nel chiarire alcune distorsioni e processi comunemente adottati durante l'interazione ma può fornire delle linee guida e buone pratiche volte all'utilizzo di strategie di selezione di informazioni più eque e diagnostiche anche – e soprattutto – in contesti in cui emerge una forte asimmetria di status tra le parti. Il presente studio, infatti, dimostra come uno status elevato porti a utilizzare maggiormente strategie di selezione di informazioni confermatorie, anche quando si utilizzano domande chiuse in formato sì/no.

Riferimenti bibliografici

- Blader, S. L., & Chen, Y.-R. (2012). Differentiating the Effects of Status and Power: A Justice Perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, *102*.5, 994-1014. doi: 10.1037/a0026651
- Brambilla, M., Rusconi, P.P., Sacchi, S., & Cherubini, P. (2011). Looking for Honesty: The Primary Role of Morality (vs. Sociability and Competence) in Information Gathering. *European Journal of Social Psychology*, *41*, 135-143. doi: 10.1002/ejsp.744
- Cameron, J. A., & Trope, Y. (2004). Stereotype-biased search and processing of information about group members. *Social Cognition*, *22*, 650-672. doi: 10.1521/soco.22.6.650.54818
- Cassel, W. S., Roebbers, C. E., & Bjorklund, D. F. (1996). Developmental patterns of eyewitness responses to repeated and increasingly suggestive questions. *Journal of Experimental Child Psychology*, *61*, 116-133. doi: 10.1006/jecp.1996.0008
- Cherubini, P., Rusconi, P., Russo, S., Di Bari, S., & Sacchi, S. (2010). Preferences for different questions when testing hypotheses in an abstract task: Positivity does play a role, asymmetry does not. *Acta Psychologica*, *134*, 162-174. doi:10.1016/j.actpsy.2010.01.007
- Danet, B. (1980). Language in the legal process. *Law and Society Review*, *14*, 445-564.
- Dardenne, B., & Leyens, J. P. (1995). Confirmation bias as a social skill. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *21*, 1229-1239. doi:10.1177/01461672952111011
- De Dreu, C. K., & Carnevale, P. J. (2003). Motivational bases of information processing and strategy in conflict and negotiation. *Advances in experimental social psychology*, *35*, 235-291. doi: 10.1016/S0065-2601(03)01004-9
- De Dreu, C. K.W., & Van Kleef, G. A. (2004). The influence of power on the information search, impression formation, and demands in negotiation. *Journal of Experimental Social Psychology*, *40*, 303-319. doi: 10.1016/j.jesp.2003.07.004

- Dépret, E., & Fiske, S. T. (1999). Perceiving the powerful: Intriguing individuals versus threatening groups. *Journal of Experimental Social Psychology, 35*, 461–480. doi: 10.1006/jesp.1999.1380
- Erber, R., & Fiske, S.T. (1984). Outcome dependency and attention to inconsistent information. *Journal of Personality and Social Psychology, 47*, 709–726. doi: 10.1037/0022-3514.47.4.709
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods, 39*, 175-191. doi: 10.3758/BF03193146
- Fiedler, K., & Walther, E. (2004). *Stereotyping as inductive hypothesis testing*. Hove, U.K.: Psychology Press.
- Fiske, S. T. (1993). Controlling other people: The impact of power on stereotyping. *American psychologist, 48*, 621-628. doi: 10.1037/0003-066X.48.6.621
- Fiske, S. T. (2010). *Interpersonal stratification: Status, power, and subordination*. In S. T. Fiske, G. Lindzey, & D. T. Gilbert (Eds.) *Handbook of social psychology* (5th ed., pp. 941–982). Hoboken, NJ: Wiley.
- Fiske, S. T., & Dépret, E. (1996). Control, interdependence and power: Understanding social cognition in its social context. *European review of social psychology, 7*, 31-61. doi: 10.1080/14792779443000094
- Fiske, S. T., & Neuberg, S. L. (1990). A continuum of impression formation, from category-based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation. *Advances in Experimental Social Psychology, 23*, 1–74.
- Galinsky, A. D., Magee, J. C., Ena Inesi, M., & Gruenfeld, D. H. (2006). Power and perspectives not taken. *Psychological Science, 17*, 1068-1074.
doi:<http://dx.doi.org.proxy.unimib.it/10.1111/j.1467-9280.2006.01824.x>

- Goldhamer, H., & Shils, E.A. (1939). Types of Power and Status. *American Journal of Sociology*, 45, 171-182. doi: 10.1086/218263
- Goodman, G. S., & Reed, R. S. (1986). Age differences in eyewitness testimony. *Law and Human Behavior*, 10, 317-332. doi: 10.1007/BF01047344
- Goodwin, S.A., Gubin, A., Fiske, S.T., & Yzerbyt, V.Y. (2000). Power can bias impression processes: Stereotyping subordinates by default and by design. *Group Processes and Intergroup Relations*, 3, 227-256. doi: 10.1177/1368430200003003001
- Klayman, J. (1995). Varieties of confirmation bias. *The Psychology of Learning and Motivation*, 32, 385–418. doi: 10.1016/S0079-7421(08)60315-1
- Klayman, J., & Ha, Y. W. (1987). Confirmation, disconfirmation, and information in hypothesis testing. *Psychological Review*, 94, 211–228. doi: 10.1037/0033-295X.94.2.211
- Loftus, E. F. (1975). Leading questions and the eyewitness report. *Cognitive psychology*, 7, 560-572. doi: 10.1016/0010-0285(75)90023-7
- Loftus, E. F., & Palmer, J. C. (1974). Reconstruction of automobile destruction: An example of the interaction between language and memory. *Journal of verbal learning and verbal behavior*, 13, 585-589. doi: 10.1016/S0022-5371(74)80011-3
- Magee, J. C., & Galinsky, A. D. (2008). Social hierarchy: The selfreinforcing nature of power and status. *The Academy of Management Annals*, 2, 351–398.
doi:10.1080/19416520802211628
- McKenzie, C.R.M. (2004). Hypothesis testing and evaluation. In D.J. Koehler & N. Harvey (Eds.), *Blackwell handbook of judgment and decision making* (pp. 200-219). Oxford, England: Blackwell.
- Reeder, G. D., & Brewer, M. B. (1979). A schematic model of dispositional attribution in interpersonal perception. *Psychological Review*, 86, 61–79. doi:10.1037/0033-295X.86.1.61

- Rodríguez-Bailón, R., Moya, M., & Yzerbyt, V. Y. (2000). Why do superiors attend to negative stereotypic information about their subordinates? *European Journal of Social Psychology*, *30*, 651-671. doi: 10.1002/1099-0992(200009/10)
- Rusconi, P., Sacchi, S., Toscano, A., & Cherubini, P. (2012). Confirming expectations in asymmetric and symmetric social hypothesis testing. *Experimental Psychology*, *59*, 243-250. doi: 10.1027/1618-3169/a000149
- Sacchi, S., Rusconi, P., Russo, S., Bettiga, R., & Cherubini, P. (2012). New knowledge for old credences: Asymmetric information search about in-group and out-group members. *British Journal of Social Psychology*, *51*, 606-625. doi: 10.1111/j.2044-8309.2011.02026.x
- Semin, G. R. & Fiedler, K. (1988). The cognitive functions of linguistic categories in describing persons: Social cognition and language. *Journal of Personality and Social Psychology*, *54*, 558-568.
- Snyder, M., & Swann, W. B., Jr. (1978). Hypothesis-testing processes in social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, *36*, 1202-1212. doi:10.1037/0022-3514.36.11.1202
- Trope, Y. & Mackie, D. M. (1987). Sensitivity to alternatives in social hypothesis testing. *Journal of Experimental Social Psychology*, *23*, 445-459. doi: 10.1016/0022-1031(87)90015-1
- Trope, Y., & Liberman, A. (1996). Social hypothesis-testing: Cognitive and motivational mechanisms. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 239-270). New York: Guilford Press.
- Trope, Y., & Thompson, E. P. (1997). Looking for truth in all the wrong places? Asymmetric search of individuating information about stereotyped group members. *Journal of Personality and Social Psychology*, *73*, 229-241. doi: 10.1037/0022-3514.73.2.229

- Trope, Y., Gervy, B., & Bolger, N. (2003). The role of perceived control in overcoming defensive self-evaluations. *Journal of Experimental Social Psychology, 39*, 407-419. doi: 10.1016/S0022-1031(03)00035-0
- Trope, Y., Gervy, B., & Liberman, N. (1997). Wishful thinking from a pragmatic hypothesis-testing perspective. In M. Myslobodsky (Ed.), *Mythomanias: The nature of deception and self-deception*. Hillsdale, N. J.: Erlbaum.
- Wason, P. C. (1968). Reasoning about a rule. *Quarterly Journal of Experimental Psychology, 20*, 273–281. doi 10.1080/14640746808400161

Note

¹ A un campione di 32 studenti/esse è stato presentato il testo della manipolazione di status da pretestare nella versione supervisore o subordinato. È stato poi chiesto loro di valutare il proprio status e lo status dell'altro con gli stessi 2 item usati per lo studio principale. Le analisi hanno mostrato un effetto di interazione tra status (altro vs. basso) e target (se stessi vs. altro), $F(1, 30)=21.72, p<.001, \eta_p^2= .42$. In condizione di alto status, i partecipanti hanno valutato se stessi come più autorevoli ($M=4.56, DS=1.14$) rispetto ai partner ($M=3.60, DS=1.58$); in condizione di basso status, hanno valutato l'altro come più autorevole ($M=5.41, DS=.90$) rispetto a se stessi ($M=3.67, DS=1.29$).

² Tutte le domande sono state selezionate da un pool più ampio di domande, formulate in un precedente compito di produzione, di cui è stato poi calcolato l'indice di asimmetria sulla base della valutazione di giudici in cieco. Nello specifico, sono state selezionate come asimmetriche confermanti quelle domande il cui indice di asimmetria (la differenza tra l'impatto della risposta 'sì' sulla probabilità a priori e l'impatto del 'no', secondo la formula $|p(H)-p(H|D+)| - |p(H)-p(H|D-)|$ era vicino a +1, come asimmetriche falsificanti quelle domande il cui indice di asimmetria si avvicinava a -1, e come domande simmetriche quelle domande il cui indice era vicino allo 0. Gli 8 tratti utilizzati nello studio sono stati selezionati per la disponibilità di domande con un adeguato indice di a/simmetria e per la stima di $p(H)$ non sbilanciata, sulla base di quanto emerso dal compito di produzione e dagli studi preliminari (Sacchi et al., 2011).