

Roberto Trincherò docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli Studi di Torino

2. Persuasione e presa di decisioni

Di Roberto Trincherò

Se è possibile persuadere le persone attraverso i mezzi di comunicazione e i media veicolano una molteplicità di messaggi persuasivi, abbiamo davvero la possibilità di decidere? La risposta ovviamente è sì, dato che l'ultima parola spetta sempre al soggetto, ma è necessario adottare un atteggiamento critico e non abbandonarsi ad automatismi e scorciatoie decisionali, dato che la persuasione può facilmente sconfinare nella manipolazione, soprattutto in presenza di informazioni false, distorte o incomplete e di intenti eticamente discutibili da parte del persuasore. Atteggiamento critico e disponibilità di buone informazioni sono gli elementi chiave alla base di buone decisioni. Primo passo verso l'adozione di un atteggiamento critico verso i messaggi persuasivi è acquisire consapevolezza dei meccanismi mentali innati che predispongono al consenso e delle risposte automatiche che si attivano in presenza di particolari inneschi.

1. La dinamica delle decisioni umane

La vita degli esseri umani è costellata di decisioni, grandi e piccole, che la modellano e le danno senso e forma. Le decisioni possono essere il risultato di riflessioni consapevoli e motivate, compiute da individui inseriti in un sistema di relazioni afferente a un contesto sociale, oppure frutto di pulsioni istintive ed emotive, che si attivano in risposta a stimoli esterni non passando per i canali riflessivi. In entrambi i casi, le decisioni seguono un'intenzionalità, hanno un significato, portano a delle conseguenze, influenzano gli altri e dagli altri sono influenzate.

Nel prendere decisioni, gli umani possono essere guidati da scopi concreti, da principi o valori generali, da emozioni e stati d'animo momentanei o da abitudini consolidate.

In un mondo ideale, gli individui dovrebbero prendere decisioni in modo razionale e ponderato, basandosi su un calcolo autonomo e responsabile, consapevole dei costi e benefici relativi alle diverse opzioni disponibili e volto a massimizzare la propria utilità o vantaggio soggettivo (Del Missier, Stragà, 2022). È questo calcolo che porta a scegliere l'alternativa ritenuta più conveniente rispetto ai propri obiettivi (*teoria della scelta razionale*, che ha radici nell'economia classica del XIX secolo, con gli importanti contributi di economisti come Adam Smith e David Ricardo). Sul piano pratico però le cose non sono così semplici. Il sovraccarico informativo e il tempo limitato a disposizione influenzano profondamente il processo decisionale, portando spesso a decisioni affrettate o apparentemente irrazionali. La *teoria della razionalità limitata* dall'economista e psicologo Herbert A. Simon evidenzia come, nel processo decisionale, la capacità razionale di una persona sia limitata da diversi fattori: quantità limitata di informazioni disponibili (e costi elevati in termini di tempo e risorse per acquisirne di nuove), limiti cognitivi della mente umana (come memoria, attenzione, capacità di elaborazione delle informazioni) e tempo finito per prendere una decisione. Questo fa sì che le persone, invece di cercare la soluzione ottimale, tendano a cercare una soluzione "soddisfacente" che sia abbastanza buona rispetto alle risorse disponibili (Simon usa il termine *satisficing*, derivante dalla combinazione di *satisfy*, soddisfare, e *suffice*, essere sufficiente), usando euristiche (ossia regole semplici e pratiche, non sempre dimostrate) per prendere decisioni in modo più rapido e meno dispendioso, considerando i vincoli esterni e interni.

Tra i vincoli esterni troviamo l'*ambiente sociale e culturale* (che porta aspettative, norme e pressioni sociali), la *famiglia* e l'*educazione ricevuta* (che influenza i valori e le aspirazioni che condizionano le scelte), le *condizioni economiche* (che possono creare vincoli non aggirabili), le *informazioni disponibili* e il *framing*, ossia il modo in cui le informazioni sono presentate (che può essere positivo o negativo, e può cambiare la percezione associata a persone, oggetti, eventi, situazioni).

Roberto Trinchero docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli Studi di Torino
Tra i vincoli interni troviamo i *tratti di personalità* (es. una persona introversa decide in maniera diversa rispetto a una estroversa), l'*esperienza personale* (che porta a sviluppare particolari visioni del mondo), gli *interessi* e le *motivazioni* (che mantengono l'attenzione su obiettivi e preferenze personali che indirizzano la scelta), le *capacità cognitive* e le *attitudini* (che influenzano la valutazione dei vantaggi/svantaggi e delle probabilità di successo/insuccesso connesse a una decisione), le *emozioni* e gli *stati d'animo personali* (che influenzano la percezione della realtà e l'assegnazione di significato alle informazioni esperite), i *bias cognitivi* (che rappresentano distorsioni nella valutazione derivanti dall'uso di euristiche e scorciatoie di pensiero non ottimali).

Implicazione importante della teoria della razionalità limitata è che non è solo colui che ha migliori informazioni e migliori capacità elaborative a prendere le decisioni migliori, ma anche chi dispone delle euristiche migliori per affrontare una realtà intrinsecamente complessa.

2. Comportamento decisionale e scorciatoie cognitive

Come accennato, l'uso di buone euristiche decisionali passa anche dal tenere sotto controllo i propri bias cognitivi, i quali hanno spesso un grosso peso sulle decisioni. Cialdini (2017) sottolinea che il comportamento automatico e stereotipato predomina in molte azioni umane perché in tanti casi è la condotta più efficiente, mentre in altri è addirittura l'unica possibile, vista la molteplicità di stimoli che ci troviamo a gestire ogni giorno. Ad esempio, come possiamo decidere se fidarci di una persona appena conosciuta? Se dovessimo riconoscerne e analizzarne tutti gli aspetti possibili impiegheremmo mesi per prendere una decisione. Stessa cosa quando dobbiamo decidere su oggetti, eventi e situazioni. La teoria della razionalità limitata suggerirebbe di attivare euristiche che ci consentono una decisione *autonoma e responsabile*, ad esempio scegliendo un insieme ristretto, affidabile e sensato di criteri e regole di base e classificando le possibilità di scelta sulla base di questi. In alternativa, si potrebbe ricorrere a *scorciatoie cognitive*: stereotipi, regole sommarie e mutevoli, categorizzazioni improvvisate, tutti modi che consentono di decidere senza pensarci troppo su, riconoscendo solo i segnali attivanti che innescano le varie scorciatoie.

I principi della persuasione di cui parla Cialdini (vedere scheda 1: *Comunicazione persuasiva, persuasione comunicativa*) descrivono altrettante scorciatoie di pensiero, perché si riferiscono ad aspetti peculiari e innati del funzionamento della mente umana:

- a) il principio di *reciprocità* ci porta a fidarci delle persone che ci hanno fatto un dono e ci fa sentire in obbligo di ricambiare;
- b) il principio di *impegno e di coerenza* ci porta a fidarci delle persone che prendono un impegno e lo mantengono e ci fa sentire in obbligo di fare altrettanto;
- c) il principio di *riprova sociale* ci porta a fidarci delle idee che vengono espresse da un grande numero di persone appartenenti al nostro gruppo di riferimento e ci fa sentire in obbligo di non esprimere posizioni contrastanti a quelle del gruppo;
- d) il principio di *autorità* ci porta a fidarci delle idee di persone ritenute competenti in materia e ci fa sentire in obbligo di seguirne i suggerimenti;
- e) il principio di *simpatia* ci porta a fidarci delle persone che reputiamo affini e ci fa sentire in obbligo di essere d'accordo con le loro idee;
- f) il principio di *scarsità* ci porta a fidarci di coloro che ci offrono una risorsa scarsa e ci fa sentire in obbligo di cogliere l'occasione di averla per non perderla definitivamente.

Tutti questi principi operano in vari ambiti decisionali ed è importante acquisirne consapevolezza e capirne l'influenza, perché spesso è proprio l'applicazione di questi principi ad ostacolare processi di scelta responsabile. Alcuni esempi possono essere:

- a) Ambito *economico e finanziario*: decisioni di investimento, gestione del portafoglio, pianificazione finanziaria personale.

Roberto Trincherò docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli Studi di Torino

b) Ambito *giuridico*: interpretazione delle leggi, decisioni giudiziarie e di aderenza alle normative.

c) Ambito *organizzativo e manageriale*: gestione delle risorse, definizione di strategie aziendali, processi decisionali di gruppo.

d) Ambito *politico*: scelta di linee programmatiche, decisioni politiche, processi decisionali nell'amministrazione pubblica.

e) Ambito *sanitario*: scelte terapeutiche, diagnosi mediche, gestione delle emergenze medico-sanitarie.

f) Ambito *tecnologico e ingegneristico*: scelte di progettazione, sviluppo e manutenzione di sistemi complessi.

g) Ambito *psicologico*: processi decisionali individuali legati a relazioni, scelte di vita e di autorealizzazione.

h) Ambito *educativo*: scelte educative e formative, metodologie di apprendimento/ insegnamento, organizzazione didattica.

i) Ambito *sociale*: scelte riguardanti le interazioni e le dinamiche di gruppo, adeguamento a norme sociali, adozione di pregiudizi e stereotipi.

j) Ambito *ambientale*: politiche di sostenibilità, gestione delle risorse naturali, valutazione del rischio ambientale.

In tutti questi ambiti, i limiti informativi, cognitivi e di tempistiche influenzano profondamente la capacità decisionale, rendendo necessario l'uso di euristiche, che possono essere basate su principi di razionalità limitata o sulle leve persuasive descritte dai principi della persuasione. La differenza tra i due approcci è che il primo punta ad affrontare la complessità del problema, il secondo punta ad evitarla aggirandola. Affidarsi a scorciatoie cognitive ci espone ad azioni di manipolazione, affidarsi alla scelta razionale no, e rappresenta una forma di espressione di autonomia e responsabilità decisionale. Vediamo alcuni esempi dettagliati:

1) *Scelta di acquisto complessa*: un consumatore deve scegliere un prodotto (es. uno smartphone) tra decine di modelli diversi con caratteristiche variabili. La strategia per una decisione autonoma e responsabile è selezionare un numero ridotto di proprietà (prezzo, marca, funzionalità principali) e comparare i prodotti disponibili sulla base di quelle. La strategia basata sulle scorciatoie cognitive, ad esempio, è quella di scegliere il prodotto che hanno tutti, quello che hanno le persone che ci sono più simpatiche, il prodotto che nel negozio è in via di esaurimento o il prodotto per cui il negozio applica uno sconto più alto (facendoci, apparentemente, un favore).

2) *Decisione manageriale in azienda*: un dirigente deve decidere una strategia operativa per affrontare un problema complesso e ha informazioni incomplete e tempo limitato. La strategia per una decisione autonoma e responsabile è suddividere il problema complesso in sottoproblemi e compilare una scala di priorità che li ordini dal più urgente al meno urgente, affrontandoli poi uno per volta, anche scendendo a compromessi. La strategia basata sulle scorciatoie cognitive può essere quella di mantenere acriticamente gli impegni presi in precedenza, anche laddove questi non si dimostrino più sostenibili, oppure di fidarsi dei pareri di "esperti" che non conoscono in profondità la situazione specifica dell'azienda o di persone non particolarmente competenti ma dotate di fascino ed appeal, oppure ancora di limitarsi a fare ciò che "fanno tutti" di fronte a problemi simili (che non è detto che sia la soluzione migliore).

3) *Scelta di un percorso di studio*: uno studente deve scegliere uno tra diversi corsi universitari di suo interesse sulla base di informazioni parziali, pressioni famigliari e impressioni immediate. La strategia per una decisione autonoma e responsabile è quella di informarsi nel dettaglio su discipline studiate e tipologie di sbocchi professionali e chiedersi se sono veramente allineate ai propri interessi e aspirazioni professionali. La strategia basata sulle scorciatoie cognitive è iscriversi al percorso di studio che seguono i propri amici, oppure a quello a cui "si iscrivono tutti", oppure a quello consigliato dal presunto "esperto" o influencer di turno, oppure ancora a quello a cui si era detto pubblicamente anni prima di volersi iscrivere (non prendendo in considerazione che nel

Roberto Trincherò docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli Studi di Torino frattempo le preferenze potrebbero essere cambiate), o, in ultimo, a quello con pochi posti disponibili (perché percepito come di maggior valore).

4) *Gestione quotidiana del tempo*: davanti a un'agenda sovraccarica, una persona usa delle "scorciatoie mentali" per stabilire quali impegni posticipare o annullare. La strategia per una decisione autonoma e responsabile è quella di stabilire una scala di priorità per sé stessi e per i committenti (vi possono essere committenti che hanno esigenze meno urgenti di altri). La strategia basata sulle scorciatoie cognitive è quella di mettere ai primi posti gli impegni delle persone con cui ci sentiamo in debito, oppure gli impegni che percepiamo di poter perdere se dovessimo posticiparli, oppure gli impegni con le persone che percepiamo come più simpatiche e affini.

5) *Negoziazione in condizioni di incertezza*: in trattative commerciali, i partecipanti devono prendere una decisione non disponendo di informazioni complete sull'altra parte e sulla dinamica del mercato. La strategia per una decisione autonoma e responsabile è quella di basarsi su esperienze passate e cercare un numero ristretto di informazioni-chiave su cui fondare la trattativa. La strategia basata sulle scorciatoie cognitive è quella di affidarsi all'istinto, che significa alla simpatia e alla fiducia "a prima vista" che ci ispirano gli interlocutori, oppure fidarsi di presunti "esperti" o di interlocutori che ci fanno "regali" (veri o apparenti) oppure ancora fare "quello che fanno tutti in quei frangenti".

6) *Pianificazione finanziaria personale*: una persona deve investire i propri risparmi. La strategia per una decisione autonoma e responsabile è quella di capire l'orizzonte del proprio investimento, ossia se avrà bisogno o meno di quel denaro nei prossimi anni e quando, e la propria propensione al rischio, e scegliere prodotti finanziari compatibili con questi parametri e opportunamente differenziati, per evitare il rischio dell'*all in*. La strategia basata sulle scorciatoie cognitive è quella di investire dove hanno investito i propri amici, oppure di fidarsi di sedicenti "esperti" o di promotori finanziari simpatici, oppure ancora di rivolgersi a prodotti finanziari di moda, su cui "stanno investendo tutti" oppure, in ultimo, investire su prodotti finanziari che "stanno sparando dal mercato" (e quindi vanno presi subito, per evitare di rimanerne senza).

7) *Scelte mediche*: un paziente deve scegliere se effettuare un trattamento e ha informazioni limitate e un tempo limitato. La strategia per una decisione autonoma e responsabile è quella di consultare più medici competenti sulla specifica patologia e di informarsi in modo autonomo mediante fonti informative affidabili e validate da autorità sanitarie, vagliando i pro e i contro delle possibili alternative terapeutiche. La strategia basata sulle scorciatoie cognitive è quella di fidarsi del medico cordiale e simpatico, oppure del medico ritenuto competente, oppure ancora del medico che ha curato i nostri amici.

8) *Decisioni in situazioni di emergenza e di pericolo*: una persona si trova coinvolta, ad esempio, in un incendio o un incidente, e deve prendere decisioni rapide. La strategia per una decisione autonoma e responsabile è quella di mantenere la calma e di seguire i protocolli di sicurezza che sono stati forniti nelle formazioni apposite (es. non gettare acqua su fiamme che si sprigionano da sostanze oleose, ma soffocare le fiamme con coperte ignifughe o usare estintori appositi). La strategia basata sulle scorciatoie cognitive è quella di fidarsi dei consigli informali dati da amici o da presunti "esperti" oppure di fare quello che apparentemente fanno tutti, magari perché visto sui media.

9) *Gestione dei conflitti nelle relazioni*: in momenti di tensione o discussione con amici o colleghi, una persona deve decidere come agire o reagire. La strategia per una decisione autonoma e responsabile è quella di inibire gli impulsi di rabbia e di valutare le conseguenze delle proprie parole o azioni, non in astratto ma in quella specifica situazione. La strategia basata sulle scorciatoie cognitive è quella di dare libero sfogo alle simpatie o antipatie del momento, oppure di fare quello che "tutti farebbero in quella situazione", oppure ancora di fare quello che si è dichiarato precedentemente di voler fare in quelle situazioni (a prescindere se sia realmente adeguato o meno) oppure, in ultimo, quello che ci ha consigliato di fare l'influencer del momento (es. sfogare apertamente la propria rabbia perché questo poi, secondo lui, fa stare bene).

Roberto Trinchero docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli Studi di Torino

10) *Scelta di un metodo di studio*: uno studente deve adottare un metodo a lui congeniale per poter superare efficacemente le prove di valutazione. La strategia per una decisione autonoma e responsabile è quella di capire quali sono le azioni che hanno portato a successi e quelle che hanno portato a insuccessi, individuando le lacune nella propria preparazione e cercando di colmarle anche chiedendo aiuto a compagni e docenti, confrontandosi con loro. La strategia basata sulle scorciatoie cognitive può essere quella di rimanere arroccati sulle proprie posizioni e non cambiare modi di agire che si sono rivelati inefficaci in passato, oppure di “fare come fanno tutti”, mettendo in atto azioni (es. fare riassunti di paragrafi dei testi da studiare, oppure usare la ripetizione mnemonica) senza capire se queste possono essere davvero adeguate anche per noi stessi, non solo per gli altri.

L'elenco potrebbe continuare. Ovviamente non è detto che l'alternativa basata su autonomia e responsabilità sia sempre migliore di quella basata sulle scorciatoie cognitive. Esiste un certo grado di aleatorietà e vi sono situazioni in cui la prima richiede comunque troppo tempo per essere messa in atto, per cui rimane come opzione solo la seconda. È tuttavia necessario essere consapevoli dei rischi a cui si va incontro se le scorciatoie cognitive vengono intraprese in presenza di fenomeni di manipolazione informativa. In questo i media possono avere un ruolo determinante, ad esempio la presenza di informazioni mediche non scientificamente fondate in Rete e l'incapacità del soggetto di riconoscere la scarsa qualità delle stesse, lo può portare a prendere decisioni dannose per la propria salute.

3. Come sviluppare buone euristiche decisionali valutando l'informazione e riconoscendo la manipolazione

Come è possibile decidere con autonomia e responsabilità? Un buon cittadino deve anche essere un buon decisore, in grado di valutare la qualità dell'informazione a disposizione e di usare il senso critico per riconoscere e smascherare tentativi di manipolazione (un'operazione detta *debunking*). I media, ad esempio, possono essere veicoli di *propaganda*, una forma di persuasione malevola che diffonde messaggi manipolatori basati su dati falsi, parziali, distorti o inaffidabili. Edward Louis Bernays, teorico della propaganda del XX secolo, descrive nei saggi *Crystallizing Public Opinion* (1923) e *Propaganda* (1928) un insieme di strategie comunicative finalizzate alla propaganda che ovviamente insistono, in senso manipolatorio, sulle leve della persuasione descritte precedentemente, allo scopo di influenzare le decisioni (politiche, economiche, lavorative, sociali, relazionali) dei cittadini. Vediamone alcune, con annessi suggerimenti per il debunking:

- a) *Il ricorso alla paura*, che avviene quando un oratore instilla paure vere o presunte nel pubblico (es. “Se vincono loro aumenteranno le tasse!”): il tentativo manipolatorio viene smascherato analizzando i programmi della parte politica accusata e le eventuali esperienze precedenti di governo e riconoscendo come l'oratore sta dicendo implicitamente che sta facendo un favore all'elettore; quindi, si aspetta un favore anche da lui.
- b) *Il ricorso all'autorità*, che avviene quando un oratore fa sostenere una posizione, anche priva di basi fattuali, da un soggetto terzo ritenuto un'autorità in materia (es. “Il famoso esperto ... ha detto che il riscaldamento globale è una grossa bufala, quindi perché dovremmo preoccuparci?”): il tentativo manipolatorio viene smascherato andando a vedere se l'“esperto” è veramente qualificato per trattare quei temi, cosa ha veramente detto o scritto e riportandolo al contesto della comunicazione (e non prendendo solo stralci decontestualizzati dei suoi discorsi), quali sono i possibili passaggi non chiari o fallaci nella sua argomentazione e confrontando la sua posizione con quella di altri esperti qualificati per vedere se concordano o meno con le sue conclusioni.
- c) *L'effetto gregge*, che avviene quando l'oratore cerca di persuadere il pubblico a prendere una certa strada perché tutti lo stanno facendo (es. “Ormai siamo il primo partito! La vittoria è inevitabile!”): il tentativo di manipolazione viene evitato convincendosi che non vi è nulla di male

Roberto Trinchero docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli Studi di Torino nell'assumere una posizione diversa dalla maggioranza e in democrazia questo non porta né svantaggi né rischi di ritorsioni.

d) L'*ottenere disapprovazione*, che avviene quando un oratore cerca di portare il pubblico a disapprovare un'idea o un'azione solo perché questa è popolare in gruppi odiati, temuti o tenuti in scarsa considerazione (es. "Io non faccio queste cose perché le fanno 'i politici di professione'!"): il tentativo di manipolazione viene smascherato entrando nel merito della cosa di cui si parla, che va valutata non perché "lo fa l'uno o l'altro gruppo" ma per le sue qualità intrinseche.

e) Le *banalità scintillanti*, che avviene quando un oratore utilizza in maniera sistematica slogan e frasi banali ma con un'intensa carica emotiva (es. "L'euro è la causa di tutti i nostri problemi!"): il tentativo di manipolazione viene smascherato controllando nel merito la fondatezza delle affermazioni fatte e riconoscendo che il comunicante sta facendo appello all'emozione più che alla ragione;

f) La *razionalizzazione*, che avviene quando un oratore cita ragioni plausibili per giustificare azioni discutibili, che però non le giustificano per nulla (es. "E' vero, abbiamo fatto una guerra senza avere le prove di una reale minaccia, ma credevamo che ..."): il tentativo di manipolazione viene smascherato controllando se veramente quelle erano le uniche azioni possibili in presenza delle ragioni plausibili.

g) La *vaghezza intenzionale*, che avviene quando un oratore usa frasi volutamente vaghe e ambigue, per fare in modo che siano gli ascoltatori ad assegnare a queste il significato per loro più favorevole (es. "I soldi ci sono, è che non si vogliono trovare!"): il tentativo di manipolazione viene smascherato chiedendo all'oratore di essere chiaro e preciso, facendogli notare che ciò che sta dicendo può significare tutto e quindi non significa nulla.

h) Il *transfer*, che avviene quando l'oratore proietta qualità positive o negative di un soggetto ad un altro, per rendere quest'ultimo più accettabile o per screditarlo (es. "Lui è come Hitler!"): il tentativo di manipolazione viene smascherato chiedendo all'oratore di portare prove e dati fattuali a sostegno della sua affermazione e se non le ha di ritrattare.

i) L'*ipersemplificazione*, che avviene quando l'oratore fornisce risposte semplici a problemi che richiederebbero analisi complesse (es. "Che ci vuole a tagliare le spese militari?"): il tentativo di manipolazione viene smascherato chiedendo all'oratore di documentare dettagliatamente la sua affermazione oppure, se questa non è supportata da dati affidabili, di ritrattarla.

l) L'*approccio dell'uomo comune*, che avviene quando un oratore cerca di attirare le simpatie del pubblico ponendosi come espressione della "gente" e come portatore del senso comune, visto come valore positivo assoluto (es. "La gente, quella vera, nelle strade e nelle piazze, la pensa proprio come me!"): il tentativo di manipolazione viene smascherato facendo notare all'oratore che "la gente" non esiste, ma esistono varie posizioni, tra di loro anche molto variegata e chiedendo di dire qual è la posizione a cui si sta riferendo.

m) La *testimonianza*, che avviene quando un oratore usa citazioni pertinenti o non pertinenti allo scopo di supportare un'azione, una politica, un programma, per fare in modo che il pubblico riconosca le posizioni del propagandista come se fossero proprie (es. "Una casalinga di Voghera mi ha detto che ... ed è proprio quello che penso anch'io!"): il tentativo di manipolazione viene smascherato facendo notare all'oratore che quella è solo una di tante citazioni possibili e si potrebbero trovare una messe di posizioni esattamente contrarie alla sua.

n) La *stereotipizzazione/etichettatura*, che avviene quando un oratore fa ricorso a rappresentazioni semplificate allo scopo di far sorgere pregiudizi, positivi o negativi, verso l'oggetto della campagna propagandistica (es. "Loro sono il 'partito delle tasse'!"): il tentativo di manipolazione viene smascherato chiedendo all'oratore di portare dati fattuali affidabili a sostegno delle sue affermazioni.

o) L'*individuazione del capro espiatorio*, che avviene quando un oratore attribuisce ad un oggetto, un individuo, un gruppo, la responsabilità di una situazione negativa, distogliendo in tal modo l'attenzione dalle vere cause del problema (es. "La colpa è tutta dell'Europa!"): il tentativo di

Roberto Trinchero docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli Studi di Torino
manipolazione viene smascherato quando si chiede all'oratore di supportare con dati affidabili le sue affermazioni.

p) Le *parole virtuose*, che avviene quando un oratore usa nel discorso termini che tendono a produrre un'immagine positiva e rassicurante di un oggetto, un individuo, un gruppo (es. "Con me avrete pace, felicità, sicurezza, libertà, rispetto dei valori della famiglia!"): il tentativo di manipolazione viene smascherato quando si chiede all'oratore cosa intende fare in concreto per realizzare quanto promesso.

q) La *scelta obbligata*, che avviene quando un oratore presenta al pubblico solo due alternative, tra cui i soggetti sono obbligati a scegliere, ignorando tutte le altre (es. "Chi non è con noi è contro di noi!"): il tentativo di manipolazione viene smascherato facendo notare all'oratore che le posizioni possono essere molteplici e variegate e la contrapposizione tra posizioni deve essere provata con esempi e dati fattuali.

r) Le *mezze verità*, che avviene quando un oratore usa fatti e dati affidabili ma ne usa solo una parte, ossia quella che supporta le proprie posizioni, ignorando volutamente tutti gli altri che invece le confutano (es. "Durante il loro governo la spesa pubblica è cresciuta!"): il tentativo di manipolazione viene smascherato informandosi preventivamente e presentando i dati contrari all'oratore, chiedendo di tenere conto anche di questi per produrre le sue affermazioni.

Anche qui gli esempi potrebbero continuare. Ciò che è importante evincere da quanto presentato è che solo la combinazione tra avere buone informazioni, esercitare senso critico e utilizzare buone euristiche porta a buone decisioni e consente di difendersi da tentativi di persuasione manipolativa esercitando autonomia, responsabilità e consapevolezza.

Riferimenti bibliografici

Bernays E. L. (1923), *Crystallizing Public Opinion*, New York, Liveright Publishing Corporation, http://servv89pn0aj.sn.sourcedns.com/~gbpprorg/obama/Crystallizing_Public_Opinion_Bernays..pdf

Bernays E. L. (1928), *Propaganda*, New York, Horace Liveright, http://www.voltairenet.org/IMG/pdf/Bernays_Propaganda_in_english_.pdf

Cialdini, R. (2017). *Le armi della persuasione: Come e perché si finisce col dire di sì*. Firenze: Giunti.

Del Missier, F., Stragà, M. (2022), *I processi decisionali*. In Gangemi, A., Antonietti, A., Fabio, R. A. *Manuale di Psicologia del Pensiero*. Bologna: Il Mulino.

Traccia per l'attività in aula

Attività 1: Come prendo le mie decisioni?

Scopo di questa attività è stimolare gli allievi ad acquisire consapevolezza di come i meccanismi decisionali nella propria vita quotidiana siano influenzati da elementi interni ed esterni e come altri soggetti esercitino azioni persuasive per convincerci a prendere determinate decisioni.

Il docente illustra la Scheda e poi chiede agli allievi di scegliere una decisione importante che hanno preso nei mesi precedenti e di analizzarla compilando il modulo sotto riportato, stabilendo quali sono gli elementi che hanno inciso su di essa e come le leve persuasive possono aver avuto un ruolo in essa.

Roberto Trincherò docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli Studi di Torino

<i>Decisione (breve descrizione):</i>		
<i>N</i>	<i>Criterio</i>	<i>Descrizione:</i>
1	Obiettivi alla base della decisione presa	
2	Vincoli <i>esterni</i> che possono aver inciso sulla decisione	
3	Vincoli <i>interni</i> che possono aver inciso sulla decisione	
4	Come può aver inciso il principio di reciprocità	
5	Come può aver inciso il principio di impegno e coerenza	
6	Come può aver inciso il principio di riprova sociale	
7	Come può aver inciso il principio di autorità	
8	Come può aver inciso il principio di impegno	
9	Come può aver inciso il principio di simpatia	
10	Come può aver inciso il principio di scarsità	
11	Quali altre leve persuasive (che non rientrano nelle precedenti) possono aver inciso sulla decisione	
12	<i>Se potessi inviare un messaggio al te del passato, prima di prendere la decisione in oggetto, cosa ti scriveresti?</i>	

Una volta compilati i moduli i soggetti potranno, se lo desiderano, presentare la loro analisi al gruppo di formazione in una sessione di dibattito, confrontando gli elementi emersi e cercando tratti comuni e differenze.

Attività 2: Quando ti sei sentito vittima di manipolazione?

Roberto Trincherò docente ordinario di Pedagogia sperimentale presso l'Università degli Studi di Torino

Scopo di questa attività è stimolare gli studenti a riconoscere e acquisire consapevolezza di tentativi di manipolazione subita per indurli a prendere determinate decisioni.

Il docente illustra la Scheda e poi chiede agli allievi di descrivere una situazione in cui si sono sentiti manipolati e di analizzarla compilando il modulo sotto riportato.

Quando mi sono sentito manipolato		
<i>Situazione di manipolazione (breve descrizione):</i>		
<i>N</i>	<i>Criterio</i>	<i>Descrizione:</i>
1	Chi è il soggetto che ha messo in atto l'azione manipolativa?	
2	Quali erano secondo te le sue possibili finalità?	
3	Perché queste finalità si potevano considerare manipolative?	
4	Quali leve persuasive ha toccato? (es. il principio di reciprocità)	
5	Quali strategie di manipolazione ha messo in atto? (es. il ricorso alla paura)	
6	Come ti sei accorto del tentativo di manipolazione ai tuoi danni?	
7	Come hai reagito al tentativo di manipolazione?	
8	<i>Se potessi inviare un messaggio al te del passato, prima di subire il tentativo di manipolazione, cosa ti scriveresti?</i>	

Una volta compilati i moduli gli studenti potranno, se lo desiderano, presentare la loro analisi al gruppo di formazione in una sessione di dibattito, confrontando gli elementi emersi e cercando tratti comuni e differenze.