

Cialdini (1984)

“LE ARMI DELLA PERSUASIONE”

Mondo animale

“schemi fissi d'azione”

1

Langer (1989)

“5 pag. da fotocopiare, posso usare la fotocopiatrice?”

60%

“5 pag. da fotocopiare, posso usare la fotocopiatrice, perché ho molta fretta?”

95%

“5 pag. da fotocopiare, posso usare la fotocopiatrice, perché devo fare le copie?”

93%

2

Risorse limitate (tempo, energia, capacità)

⇒ analisi parziale delle informazioni disponibili

Comportamenti d'acquisto

Costoso = buono

Tagliando di sconto = affare

3

Le risposte automatiche possono venire sfruttate per favorire un'acquiescenza automatica e distratta

→ viene favorita un particolare tipo di risposta (tendenza ad acconsentire) attraverso una modalità di comunicazione che tiene conto dei principi che le persone normalmente seguono quando valutano e scelgono



intervento persuasivo

4

Principio di contrasto

psicofisica

giudizio di gradevolezza

comportamenti economici

uno stesso prezzo sembrerà più alto o più basso
in funzione del prezzo dell'articolo precedente

abito completo + maglione/ maglione + abito completo

Agenti immobiliari

5

Secondo Cialdini le tecniche di persuasione sono raggruppabili in categorie che corrispondono ad alcuni principi psicologici che permettono di soddisfare tre motivazioni principali:

- il bisogno di mantenere relazioni sociali stabili e soddisfacenti
- il bisogno di mantenere un'immagine di sé positiva
- il bisogno di accuratezza

Le tecniche di persuasione sono raggruppabili in categorie. Ogni categoria si basa su un diverso principio psicologico:

- reciprocità
- impegno e coerenza
- conferma sociale
- simpatia
- autorità
- scarsità

7

RECIPROCITA' (1)

Regola del contraccambio

tendenza a ricambiare

presente in ogni tipo di società

garantisce un insieme di interdipendenze che legano tra loro gli individui

RECIPROCITA' (2)

Regan (1971)

Vendita di biglietti della lotteria

vengono venduti più biglietti se durante l'esperimento il complice offre al partecipante una coca-cola

(spesa mediamente 5 volte maggiore rispetto al costo della bibita)

Simpatia/antipatia del complice

ha effetto solo nella condizione in cui non viene offerta la coca-cola

RECIPROCITA' (3)

Sgradevole sentirsi in obbligo (disagio e vergogna)

→ Regola potente che impone debiti non richiesti, che può favorire scambi non equi

Ambito commerciale (prodotti omaggio)

Richieste di finanziamenti accompagnate da un omaggio

Politica

RECIPROCITA' (4)

Tecnica: "ripiegamento dopo il rifiuto" (*door in the face technique*).

Cialdini et al. (1975)

"accompagnare allo zoo un gruppo di minorenni con precedenti penali"

richiesta diretta (17%)

richiesta dopo ripiegamento (50%)

RECIPROCITA' (5)

Tecnica: "ripiegamento dopo il rifiuto" (*the door in the face technique*).

consiste nel far precedere la richiesta desiderata da una richiesta maggiore

→ concessioni reciproche

reciprocità + contrasto

La prima richiesta non può essere eccessiva, la concessione può essere anche piccola, basta che appaia come una concessione genuina

Tecnica vantaggiosa

RECIPROCITA' (6)

Quando viene utilizzata la tecnica delle concessioni reciproche si registra una maggior tendenza a mantenere gli impegni presi e una maggiore disponibilità futura

- responsabili della transazione
- soddisfatti di come sono andate le cose

DIRE NO

Sempre?

Dopo un atto di ridefinizione

IMPEGNO E COERENZA (1)

Le persone hanno bisogno di comportarsi in modo coerente per mantenere un concetto di sé positivo

Festinger (1959)

“uomo come ricercatore di coerenza”

- risparmio di risorse
- immagine positiva
- previsione del comportamento altrui

“prendere un impegno” ⇒ automatismo alla coerenza

IMPEGNO E COERENZA (2)

Moriarty (1975)

Furto della radiolina”

20% vs 95%

Vendita giocattoli

L'impegno preso favorisce una condotta automatica e irriflessiva coerente con l'impegno iniziale

IMPEGNO E COERENZA (3)

Tecnica del “piede nella porta” (*the foot in the door technique*)

Freedman e Fraser (1966)

“cartelloni pubblicitari”

17% vs 76%

IMPEGNO E COERENZA (4)

Tecnica del “piede nella porta”

far precedere la richiesta desiderata da una piccola richiesta, poco invasiva, che verrà sicuramente accettata



Assunzione di un impegno



Mantenimento dell'impegno per coerenza

IMPEGNO E COERENZA (5)

L'impegno assunto modificherà tanto più l'immagine di sé e il comportamento futuro se è ...

esplicito/attivo/pubblico/faticoso

Dichiarazione scritta

Riti iniziatici

→ coesione del gruppo, elevata considerazione

Scelta personale vs imposizione esterna (educazione)

Freedman (1966)

“giocattolo vietato”

IMPEGNO E COERENZA (6)

DIRE DI NO

Rendersi conto che la nostra scelta dipende solo dal mantenimento della coerenza

“agire in modo coerente” vs “agire per essere coerenti”

Ruolo delle emozioni

RIPROVA SOCIALE [Conferma sociale] (1)

Influenza dei comportamenti delle altre persone

Il comportamento altrui

- ci fornisce informazioni
→ utile scorciatoia per decidere come comportarci
- Conferma le nostre azioni

Fuller et al. (1972, 1974)

“risate e applausi”

RIPROVA SOCIALE (2)

Influenza dei comportamenti altrui

Bandura (1967, 1968)
“educazione dei bambini”

- terrore dei cani superato dal 67% dopo 4 giorni di 20 m di osservazione di bambini che giocavano con un cane

- bambini timidi che tendono a isolarsi

Esempi quotidiani: piattino delle mance, aste, mercati, truffe

RIPROVA SOCIALE (3)

Influenza dei comportamenti altrui

Phillips e coll. (1982)

dal '72 al '76 ogni notizia clamorosa di suicidi portava a un aumento medio di 35 casi di suicidio nella settimana successiva

aumento degli incidenti dopo casi di suicidio clamorosi

Ruolo della similarità nell'emulazione

RIPROVA SOCIALE (4)

Mancato soccorso

Darley e Latané (1970)

fumo che esce da una porta

75% interveniva se da solo, 38% se in 3, 10% se con due complici che non intervenivano

crisi epilettica

85% interveniva se da solo, 31% se in gruppo (5)

RIPROVA SOCIALE (5)

Mancato soccorso

Darley e Latané (1970)

- riduzione della responsabilità (responsabilità distribuita);
- paura di fornire una risposta inadeguata;
- assenza di reazioni negli altri

RIPROVA SOCIALE (6)

DIRE DI NO

“l'altro desidera che io abbia l'impressione che la maggioranza si comporta in un determinato modo”

usare altre fonti di informazione (fatti oggettivi, esperienze precedenti, giudizi personali)

SIMPATIA (1)

Tendenza a rispondere positivamente a ciò che ci piace e in particolare ad acconsentire alle richieste delle persone che conosciamo e che ci piacciono

Suscitare simpatia → strategia di vendita

SIMPATIA (2)

Fattori capaci di produrre una reazione positiva

Bellezza

Effetto alone

Selezione del personale

Eagly (1991)

bambini più attraenti venivano maggiormente giustificati e venivano considerati più intelligenti

SIMPATIA (3)

Bellezza

Procedimenti giudiziari

Stewart (1980)

gli imputati più belli avevano una probabilità doppia di evitare la detenzione (74 imputati)

effetto alone → poca consapevolezza

Efran e Patterson (1976)

elezioni politiche canadesi

maggior tendenza a votare i candidati di bell'aspetto
inconsapevolezza (14% ammetteva la possibilità)

SIMPATIA (4)

Somiglianza

strategia di vendita "*mirror and match*"

Complimenti

Drachman et al. (1978)

"lodi vs giudizi misti vs critiche"

Risultati

chi dava solo giudizi positivi risultava più simpatico anche quando era evidente il tornaconto;

→ le lodi, anche quando erano false, producevano una reazione positiva

SIMPATIA (5)

Familiarità

Bornstein et al (1987)

"esposizione sublimale del volto"

effetto positivo sulla successiva interazione sociale

Integrazione razziale

Contatto

→ non sempre sufficiente a stabilire una relazione positiva

Cooperazione

sforzi congiunti verso scopi comuni

SIMPATIA (6)

Principio di Associazione

Messi imperiali nell'antica Persia

Tecnica pubblicitaria (associazione con cibo, bellezza ecc.ecc.)

DIRE DI NO

"Isolare l'oggetto che stiamo valutando o che intendiamo comprare"

AUTORITA' (1)

Le persone vengono generalmente premiate quando si comportano in accordo con le opinioni, i consigli e le direttive delle figure che esercitano autorità

Educazione, istruzione religiosa

Reazione automatica all'autorità

AUTORITA' (2)

Effetti distruttivi dell'ubbidienza (Milgram, 1974)

Somministrare scosse elettriche per favorire l'apprendimento

insegnante - allievo (complice dello sperimentatore)

30 interruttori (da 15 a 450 volt)

65% dei soggetti azionavano tutti i 30 interruttori a disposizione

previsione: solo 1-2% riteneva che sarebbe arrivato a 450 volt

AUTORITA' (3)

Hofling et al (1966)

il 95% delle infermiere accettava di somministrare un farmaco non usuale, in dose elevata, prescritto telefonicamente da un medico non conosciuto

AUTORITA' (4)

L'autorità si basa sull'expertise o sulla posizione gerarchica

Autorità legittima vs Autorità illegittima

Ad es: attori

AUTORITA' (5)

Simboli che favoriscono una risposta automatica di acquiescenza all'autorità

- Titolo

Bruner e Goodman (1946) - monete

Wilson (1968) "valutare l'altezza"

- Abito

Bickman (1974) "uniforme vs borghese"

scelte reali (scelte previste)

92% (62%) vs 42% (50%)

AUTORITA' (6)

DIRE DI NO

maggiore consapevolezza del potere dell'autorità e dei suoi simboli

verificare la legittimità dell'autorità e il contenuto dell'ordine

SCARSITA' (1)

Le opportunità ci appaiono più desiderabili quando la loro disponibilità è limitata

Spiegazione biologica: lotta per la sopravvivenza

Relazione tra "essere prezioso" ed "essere raro"

SCARSITA' (2)

"Tecnica del numero limitato"

"Solo per pochi giorni"

"Troppo tardi"

SCARSITA' (3)

Worchel et al. (1975)

"assaggiare e valutare un cioccolatino"

10 vs 2

prima 10 e poi sostituito da 2

prima 10 e poi sostituito da 2 per pressione sociale

SCARSITA' (4)

Warchel et al. (1975)

Percepire la riduzione accentua i giudizi positivi rispetto alla condizione di scarsità iniziale

La scarsità prodotta dalla pressione di una richiesta sociale rende l'oggetto di scarsità ancora più prezioso

41

SCARSITA' (5)

Brem e Weintraub (1977)

“schermo trasparente che separa due giocattoli”

Riducendo l'accessibilità di uno dei due giocattoli si aumenta la sua desiderabilità

Reattanza psicologica: risposta alla perdita di controllo sulle proprie azioni e scelte

SCARSITA' (6)

Quando la libertà di scelta è limitata o minacciata il bisogno di mantenerla ci spinge a desiderarla molto più di prima

“effetto Romeo e Giulietta”

Broeder (1959)

Censura a posteriori

SCARSITA' (7)

Mazis (1975)

“divieto a utilizzare detersivi contenenti fosfati”

Raramente ci rendiamo conto che è l'imposizione stessa a causare l'aumento di desiderio ⇒ tendenza a sopravvalutare l'oggetto del desiderio

SCARSITA' (8)

DIRE DI NO

Eccitazione come segnale di pericolo
Valutazione dell'oggetto e non del nostro desiderio

Kahneman (2011) - *Thinking, fast and slow*

Due modalità di pensiero

- Sistema 1*. Agisce in fretta e automaticamente con poco o nessuno sforzo e senza controllo volontario
- Sistema 2*. Attività impegnative, che richiedono attenzione e concentrazione

*Stanovich & West (2000)

46

Kahneman (2011) - *Thinking, fast and slow*

Quando pensiamo a noi stessi ci identifichiamo con le attività del sistema 2, attività che rappresentano la nostra vita mentale consapevole, l'insieme di scelte fatte bilanciando vantaggi e svantaggi rispetto a quelli che sono i nostri obiettivi.

In realtà una larghissima parte della nostra vita mentale è costituita proprio dalle operazioni automatiche del sistema 1

47

Kahneman (2011) - *Thinking, fast and slow*

Le operazioni automatiche del sistema 1 hanno carattere sostanzialmente percettivo:

- competenze innate (percepire il mondo, orientare l'attenzione, evitare le perdite, ecc.)
- competenze apprese che diventano veloci e automatiche attraverso la pratica (il risultato di semplici calcoli, la capitale della Francia, cambiare marcia mentre guidiamo, ecc.)
- competenze apprese che diventano veloci e automatiche solo attraverso una lunga pratica (quando il maestro di scacchi vede la mossa successiva, quando decidiamo che un insieme di caratteristiche sono coerenti con un certo profilo professionale, ecc.)

48

Kahneman (2011) - *Thinking, fast and slow*

Quando il sistema 2 è attivo e quanto più il compito richiede risorse i muscoli tendono a tendersi, la pressione e il battito ad aumentare e le pupille a dilatarsi

Le operazioni del sistema 2 richiedono risorse, tendono a interferire le une con le altre

Chabris & Simons (1999)

Esperimento del gorilla invisibile

49

Kahneman (2011) - *Thinking, fast and slow*

Se siamo "cognitivamente indaffarati" abbiamo una maggior probabilità di:

- compiere scelte egoistiche
- usare stereotipi
- formulare giudizi superficiali

50

Kahneman (2011) - *Thinking, fast and slow*

E' attraverso il sistema 2 che le persone controllano i loro processi di pensiero e i loro comportamenti

autocontrollo e pensiero intenzionale attingono alle stesse risorse

51

Autoregolazione

Baumeister, Bratslavsky, Muraven e Tice (1998)

compito: risolvere un rompicapo

3 condizioni: resistere a dei cioccolatini, resistere a dei ravanelli, nessun controllo sul cibo

Condizione	Tempo (minuti)	Tentativi
Persone che dovevano resistere al cioccolato	8,35	19,40
Persone che dovevano resistere ai ravanelli	18,90	34,29
Nessun controllo sul cibo	20,86	32,81

52

Autoregolazione

Baumeister, Bratslavsky, Muraven e Tice (1998)

modello dell'indebolimento dell'io (*ego depletion model*)
uno sforzo di volontà/autocontrollo genera stanchezza
e favorisce una perdita di motivazione

Vos & Heatherton (2000)

inibire il consumo di merendine aumentava il
consumo di gelato

Effetto rimbalzo

53

Autoregolazione

Maggiori capacità di autocontrollo sono
correlate con:

- prestazioni migliori nei compiti di memoria
e attenzione
- punteggi più alti nei test di intelligenza
- successo personale

54

Il sistema 1 usa la strategia "WYSIATI"
"what you see is all there is"

omicidi nel Michigan? vs omicidi a Detroit?

i partecipanti tendono a ritenere più
frequenti gli omicidi a Detroit (che si trova nel
Michigan)

55

Strategia WYSIATI

ordine 1

sei felice?

quanti appuntamenti hai avuto nell'ultimo mese?

ordine 2

quanti appuntamenti hai avuto nell'ultimo mese?

sei felice?

→ solo nel primo caso il giudizio sulla felicità
stimata era indipendente dal numero di
appuntamenti

56

Strategia *WYSIATI*

Vohs et al.

Gli stimoli che attivano il concetto di denaro rendono i partecipanti più:

- indipendenti
più tempo prima di chiedere aiuto allo sperimentatore
- egoisti
meno propensi ad aiutare un complice dello sperimentatore che si fingeva confuso

57

Strategia *WYSIATI*

Effetti ideomotori

- Effetti sul comportamento motorio dell'esposizione allo stereotipo di "anziano"
 - Effetti dell'espressione del volto sulle valutazioni e sulle scelte
- Viene messa in discussione l'idea che le persone artefici autonomi e consapevoli dei propri giudizi, delle proprie scelte

58

Il sistema 1 non tiene traccia delle alternative scartate e nemmeno del fatto che ci fossero delle alternative

il dubbio richiede che ci siano simultaneamente presenti nella mente interpretazioni incompatibili



il dubbio e l'incertezza sono propri del sistema 2

L'obiettivo principale del sistema 1 è quello di monitorare che tutto proceda regolarmente

→ mantenimento di uno stato di fluidità cognitiva

59

Kahneman (2011) - *Thinking, fast and slow*

Il sistema 2 spesso è cieco verso i bias introdotti dal sistema 1:

- mancano gli indizi per rilevarli
- è richiesto un controllo persistente e intenso
- la vigilanza continua è problematica perché il sistema 2 è troppo lento

→ possiamo solo imparare a riconoscere le situazioni in cui i bias si verificano e investire risorse per evitare gli errori più costosi

60