



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI PSICOLOGIA

(Dept. of Developmental Psychology and Socialization)

CORSO DI LAUREA IN SCIENZE E TECNICHE

PSICOLOGICHE

IL PROCESSO DECISIONALE

(Decision-making process)

RELATORE:

Prof. Enrico Rubaltelli

CANDIDATA:

Giulia Platania

Matricola: 1236817

ANNO ACCADEMICO

2021/2022

Vorrei dedicare qualche riga a tutti coloro che mi sono stati vicini in questo percorso di crescita personale e professionale.

Un ringraziamento speciale alla mia famiglia,

mamma Valeria e papà Giuseppe,

in particolar modo grazie a mia sorella Cindy, in te ho trovato l'affetto e la forza per non mollare mai.

Un sentito grazie a due persone speciali, Mehdi ed Erica, per avermi sempre sostenuta.

INDICE

INTRODUZIONE	4
--------------------	---

CAPITOLO 1: L'INFLUENZA

1.1 Il problema della troppa scelta	6
1.2 Ordine di presentazione delle informazioni	10

CAPITOLO 2: EURISTICHE E BIAS

1.1 Euristiche	13
1.2 Bias cognitivi	15

CAPITOLO 3: STATI EMOTIVI NEL DECISION MAKING

1.1 L'influenza emotiva	17
-------------------------------	----

Conclusioni.....	20
------------------	----

Bibliografia.....	21
-------------------	----

INTRODUZIONE

Il processo decisionale.

Tutti i giorni consapevolmente o inconsapevolmente ci troviamo di fronte a delle scelte; a partire dalle cose più banali come la scelta del gusto di gelato o cosa indossare per andare al lavoro, a scelte più complesse e decisamente più influenti per la nostra vita come la facoltà universitaria.

La mia volontà di affrontare ed analizzare il processo decisionale sorge dalla curiosità di capire cosa porti una persona a preferire una determinata situazione rispetto ad un'altra. Processo in cui personalmente mi sono imbattuta durante la scelta dell'argomento da trattare per questa tesi, chiedendomi appunto come potessi scegliere tra più argomenti, e fu proprio in quel momento che capii quale fosse l'alternativa migliore, ossia trattare la difficoltà nello scegliere capendo cosa ci porti a prendere poi una decisione.

Di seguito illustrerò le più famose teorie nell'ambito del Decision Making, illustrando i fattori che interferiscono nelle nostre scelte, nelle pratiche di semplificazione cognitiva che mettiamo in atto ogni giorno automaticamente, gli stati emotivi che subentrano e le differenze individuali che ci contraddistinguono, portandoci ad agire in modo soggettivo e quindi differente l'uno dagli altri, in medesime situazioni.

La domanda cardine sulla quale incentrerò mia tesi, e alla quale cercherò di rispondere nel corso della trattazione è:

“Le nostre scelte, sono realmente frutto della nostra volontà, o siamo inconsciamente soggetti a influenze esterne?”.

Per poter rispondere a questo quesito, cruciale per ognuno almeno una volta nella vita, citerò grandi teorici quali: *Daniel Kahneman*, vincitore del premio Nobel per l'economia e *Amos Twersky* con il quale ha condotto le sue ricerche pioneristiche sui processi decisionali; *Richard H. Thaler* anch'esso vincitore del premio Nobel per l'economia, ricordato per la sua idea radicale secondo la quale gli individui sono soggetti prevedibili e inclini a commettere errori e *Raffaella Misuraca*, *Barbara Fasolo* e *Maurizio Cardaci*.

Capitolo 1: L'INFLUENZA

Il problema della scelta percorre ogni singolo aspetto della nostra vita. È un aspetto inevitabile e talvolta involontario.

Pensiamo a quante decisioni prese e sulla quale abbiamo rimuginato, perché si è soliti a ripensare all'alternativa non scelta piuttosto che mantenere con fermezza la decisione presa.

Questo accade forse perché caratteristica determinante dell'uomo è la sua perpetua insoddisfazione, o forse perché subentrano aspetti a noi ignoti nella nostra mente che ci fanno propendere verso una determinata situazione?

Pensiamo ad esempio, il momento cruciale di andare a fare la spesa.

Ci troviamo di fronte uno scaffale di cereali, e nonostante si sia partiti con l'idea di prendere i cereali che si mangiano quotidianamente, si sosta di fronte lo scaffale guardando l'intero assortimento. Certamente è una decisione importante e che richiede il suo tempo.

Il mercato attuale si prefigge di personalizzare l'offerta, quindi creare per il medesimo prodotto più caratteristiche al fine di soddisfare ogni tipo di esigenza individuale.

Questo comporta una proliferazione di beni differenti solo per qualche attributo.

Per la nostra mente questa varietà di opzioni di scelta è un bene o ne può risentire?

1.1 IL PROBLEMA DELLA TROPPIA SCELTA

Tutta questa possibilità di scelta offertaci dal mercato ci rende liberi. Certo si ha la possibilità di essere padroni delle proprie decisioni o per lo meno, questo è quello che la società ci fa credere.

Tuttavia, questo comporta degli indubbi vantaggi.

Cordova e Lepper (1996) ad esempio, hanno dimostrato come in ambito educativo esistesse maggior motivazione correlata ad una maggiore possibilità di scelta nei confronti di un gioco computerizzato: ad un gruppo veniva data la possibilità di poter decidere anche elementi banali quali il nome del gruppo, mentre ad un secondo gruppo ogni variabile era decisa dallo sperimentatore stesso. Questa differenziazione ha dimostrato maggiore coinvolgimento emotivo e maggior apprendimento quando sussiste la possibilità di scegliere.

Ulteriori prove a sostegno degli effetti positivi della scelta provengono da importanti teorie della psicologia sociale: Festinger (1957) ha dimostrato tramite la sua teoria della dissonanza cognitiva che gli individui forniscono una valutazione tendenzialmente positiva e migliore di un'attività fastidiosa come ricevere scosse elettriche se convinti di averla scelta autonomamente. Viceversa, quando gli individui percepiscono il compito anche non sgradevole, come un'imposizione esterna, tendono a valutarla negativamente.

Anche nel campo della psicologia della salute (health psychology) vari studi sembrano dimostrare effetti positivi della scelta sul benessere fisico; un esperimento condotto in casa di cura ha evidenziato che dare la possibilità ai degenti di utilizzare un certo controllo all'interno dell'istituzione, incrementa il loro stato di salute.

Tali risultati sembrano quindi dimostrare che per gli individui sia sempre preferibile avere la possibilità di scelta, anche quando questa è insignificante e illusoria. Una spiegazione può essere ricondotta alla teoria dell'autodeterminazione (Deci e Ryan, 1985) secondo la quale gli individui sono attori che agiscono al fine di creare il proprio destino. Di conseguenza, essi sono intrinsecamente motivati nei confronti delle

situazioni che consentono loro di compiere scelte ed esercitare un certo controllo sull'ambiente esterno.

Tuttavia, esiste sempre il rovescio della medaglia. Numerosi studi, infatti, hanno dimostrato invece che non sempre la possibilità di scegliere si rivela un vantaggio. Le conseguenze della scelta risentono infatti dell'influenza di tre fattori importanti: contestuali, individuali e culturali.

Di rilievo per l'analisi dell'influenza dei fattori contestuali sicuramente sono Sheena Iyengar e Mark Lepper (2000), i primi psicologi ad aver dimostrato empiricamente le conseguenze negative della scelta, mettendo in luce il forte effetto demotivante di esso. A prova di ciò il loro esperimento in cui mettevano i soggetti in due diverse condizioni, fornivano la possibilità di scegliere tra un numero elevato e un numero ristretto di marmellate (24 e 6; numeri non casuali ma tenendo conto che il 7 è il numero su cui la nostra memoria può operare durante lo svolgimento di un compito). I risultati hanno dimostrato che inizialmente le persone sono attratte dalle bancarelle con più scelta, ma ciò non comporta un acquisto finale. Infatti, in accordo alla choice overload hypothesis, i risultati di questa ricerca suggeriscono che sebbene un elevato numero di opzioni attiri l'attenzione dei consumatori in un primo momento, successivamente riduce la loro motivazione ad acquistare. Ciò è stato dimostrato anche per diversi contesti, come ad esempio quello scolastico. Iyengar e Lepper (2000) hanno replicato l'esperimento con degli studenti alla quale veniva fornita la possibilità di scegliere tra 6 o 30 argomenti di un tema. In questo caso le variabili indagate erano la motivazione da parte di essi a scrivere un tema e la qualità dell'elaborato prodotto. Si è osservato che il 60% degli studenti assegnati alla condizione con un elevato numero di argomenti, rifiutava. Contro il 74% associati alla condizione di un ridotto numero di argomenti, accettava. Per quanto concerne la seconda variabile, cioè della qualità dell'elaborato si è osservato che gli elaborati dei partecipanti assegnati alla condizione con poche alternative manifestavano performance significativamente migliori rispetto alla condizione con molte alternative. Perché accade questo?

Poiché il numero ideale di opzioni sarebbe sette, superato quel limite la quantità di opzioni diventa eccessiva portando quindi a “decidere di non decidere”.

Per quanto concerne i fattori individuali, interessanti studi sono stati effettuati da Barry Schwartz contenuti nel suo libro “the paradox of choice” (2004). Il paradosso della scelta per Schwartz (2004) si riassume in tre principi: la libertà di scelta non ci rende più liberi ma più paralizzati, scegliere fra tante cose ci rende più felici ma più insoddisfatti e le aspettative sono più alte quando abbiamo più scelta e ciò che acquistiamo dev’essere quindi perfetto. Questi principi racchiudono un singolare concetto per l’autore: quando la libertà di scelta diviene eccessiva, non si tratta più di “opportunità” ma vera e propria “tirannia”. La spiegazione di ciò è da ricondursi al forte individualismo che caratterizza la società moderna. L’individualismo si associa, sul piano ideologico, all’idea che l’uomo sia artefice del proprio destino e sul piano psicologico questo genera la convinzione di poter avere un controllo totale su qualunque tipo di scelta. Ma data l’eccessiva quantità di opzioni, l’individuo inevitabilmente, fallisce. A peggiorare le cose vi è anche il rimpianto legato alla consapevolezza che ogni scelta comporta inevitabilmente delle rinunce. Come hanno dimostrato (Daniel Kahneman e Amos Tversky, 1979) con la loro teoria del prospetto, ciò che complica la scelta è che le perdite pesano psicologicamente più dei guadagni. Secondo tale asimmetria, con il crescere del numero delle alternative saremo più sensibili al dispiacere per le opportunità perse che al piacere per l’opzione scelta.

Tuttavia (Schwartz e colleghi, 2002) come anche successivamente gli studi di (Alexander Chernev, 2003) hanno dimostrato l’esistenza e l’importanza di fattori individuali nel processo decisionali. Schwartz e colleghi (2002) propongono due categorie di individui diversi per variabili di personalità: i massimizzatori che cercano l’opzione migliore in assoluto e i soddisfacentisti che tendono ad accontentarsi dell’alternativa abbastanza buona. Diversi esperimenti hanno dimostrato che per i soddisfacentisti l’aggiunta di nuove alternative non ha effetti negativi poiché se si trova qualcosa di soggettivamente accettabile non si prova rimpianto per le altre opzioni non esaminate, mentre per i massimizzatori l’aggiunta di nuove scelte mette in difficoltà dato che vorrebbero esaminare tutte le alternative possibili per selezionare la migliore in assoluto. Ma dal momento che ciò è impossibile per i limiti cognitivi della mente umana, loro tendono a provare sentimenti di rimpianto e insoddisfazione.

Chernev (2003) propone un’altra suddivisione di consumatori in base a differenze individuali: coloro che hanno preferenze ben definite e coloro che non hanno alcuna

preferenza definita. Secondo l'autore, l'eccessiva disponibilità di scelta avrebbe effetti negativi più forti in questa seconda tipologia di consumatori.

Gli effetti della scelta non sembrano dipendere solo da fattori contestuali (elevato numero di alternative) e individuali (massimizzatori/soddisfacentisti e individui con o senza preferenze), ma anche da fattori culturali. Per culturale intendiamo il diverso modo in cui i popoli orientali e occidentali percepiscono la possibilità di decidere. È stato dimostrato in un esperimento di Iyengar e Lepper (1999) che gli orientali assegnano meno importanza e compiono meno scelte degli occidentali. I membri di culture occidentali sembrano percepire di avere maggiori scelte non solo nella vita quotidiana, ma anche nel contesto lavorativo. È emerso anche da ricerche di Cialdini e colleghi (1999) che i soggetti di culture orientali assegnavano lo stesso peso sia alle proprie che altrui preferenze, diversamente dai membri occidentali che mostravano sistematicamente una maggiore considerazione per le proprie priorità. Heine e Lehman hanno riscontrato che l'eguale peso attribuito dai soggetti orientali alle proprie e altrui preferenze li renderebbe meno esposti all'influenza da parte delle loro scelte passate. E perché esistono queste differenze culturali?

La spiegazione è da attribuirsi al diverso livello di indipendenza del self (qualità essenziali che distinguono una persona dalle altre) nelle diverse culture. Secondo Markus e Kitayama (1991) in culture come quelle asiatiche gli individui possiedono un modello del self interdipendente. Questo significa che tali soggetti percepiscono sé stessi come strettamente interconnessi agli altri membri del gruppo di appartenenza. Di conseguenza, il poter scegliere scelte individuali riveste un minor valore, costituendo addirittura una minaccia nel caso in cui le preferenze individuali cozzassero con quelle del gruppo sociale (cfr. anche Iyengar e Lepper, 1999). Mentre nelle culture occidentali, gli individui possiedono un modello del self fondamentalmente indipendente. Essi si percepiscono come entità costituite da un insieme di attributi unici che li rendono distinti dagli altri e considerano cruciale tale distinzione. Ne deriva che per gli occidentali compiere scelte autonomamente è di fondamentale importanza. Uno studio di Ariely e Levav (2000) ha messo in luce che gli occidentali sono talmente attratti dalle opzioni che li distinguono da preferirle addirittura alle alternative che li soddisfano maggiormente. Al contrario, ulteriori ricerche hanno riportato come diversamente dagli

occidentali, gli orientali esibiscono una netta preferenza nei confronti di opzioni che li rendono conformi agli altri (Kim e Markus, 1999)

1.2 ORDINE DI PRESENTAZIONE DELLE INFORMAZIONI

Fino a qui è stato illustrato come le nostre scelte siano influenzate da un elevato numero di opportunità che ci devia e non ci rende liberi. Ma certamente questo non è l'unico fattore a trarci in errore.

Due importanti tradizioni di ricerca si sono occupate dell'influenza che ha la presentazione delle informazioni sulla scelta: la prospettiva percettiva e la prospettiva delle strategie decisionali. Analizzeremo la prospettiva percettiva più nel dettaglio.

La prospettiva percettiva ha dimostrato che il modo in cui un problema decisionale viene presentato può incidere significativamente sul giudizio e sulla scelta. Uno dei fenomeni più studiati è l'effetto framing, cioè presentare lo stesso problema in diversi modi può condurre il decisore ad utilizzare differenti cornici di riferimento (frame) che possono influire in modo rilevante sulla decisione (Levin, Schneider e Gaeth, 1998). Ad esempio, le stesse confezioni di carne vengono giudicate più favorevolmente se sono descritte come 70% carne magra, rispetto a 20% grassi (Levin e Gaeth, 1988). In questo esempio il contenuto informativo è il medesimo, ciò che cambia è il punto di vista.

Quando un individuo riceve un messaggio deve provvedere alla decodifica dei significati che esso contiene, e questa elaborazione sembra essere influenzata sia dal contenuto concettuale, sia dalla forma del messaggio. L'effetto framing, quindi, è un pregiudizio cognitivo che ci porta a decidere tra diverse opzioni in base al modo in cui ci vengono presentate le loro conseguenze, positive o negative. Perciò non analizziamo la situazione in modo obiettivo ma diamo maggior importanza a fattori in base a come ci vengono esposti.

Ciò che ha portato alla scoperta di tale pregiudizio cognitivo, è stato un esperimento svolto dai due psicologi Amos Tversky e Daniel Kahneman (1981), in cui chiesero ai partecipanti di scegliere tra due possibilità per scegliere per 600 persone colpite da malattia mentale. Le opzioni venivano presentate in una cornice positiva (quante persone vivrebbero) e una negativa (quante morirebbero). Il trattamento A venne

presentato positivamente indicando che avrebbe salvato 200 vite e negativamente dicendo che 400 persone sarebbero morte. Il trattamento B venne presentato in modo positivo, indicando che c'era il 33% di probabilità di salvare 600 persone/che nessuno sarebbe morto e il 66% di non salvare nessuno/che 600 persone sarebbero morte. Il 72% delle persone scelse il trattamento positivo. Questo perché abbiamo la tendenza ad evitare i rischi quando ci viene presentato un quadro positivo, ma è più probabile che accettiamo il rischio quando affrontiamo un quadro negativo.

È possibile superare l'effetto framing per rendere le decisioni più razionali?

Sicuramente con un po' di sforzo cognitivo è possibile evitare di cadere in fallo in determinate decisioni. Questo può avvenire tramite una riformulazione del problema, infatti per superare il giudizio dell'effetto framing a volte è conveniente riformulare la situazione per vederla da più punti di vista, tenendo conto sia dei lati positivi che dei lati negativi. Un'altra possibilità è quella di assumere la giusta distanza psicologica, nel senso di diventare un osservatore esterno per le proprie decisioni in modo tale di vederle più oggettivamente. Mettendo da parte le emozioni si può valutare meglio la situazione dal punto di vista cognitivo, permettendo di analizzare i pro e contro. Interessante è uno studio di Chicago che ha messo in luce che pensare in una lingua straniera elimina l'effetto framing, possibilmente perché ci consente di assumere una distanza emotiva e cognitiva dalla situazione. Infine, l'attivazione del pensiero, poiché l'effetto framing è dovuto anche alla pigrizia mentale conseguenza della quale non ci vogliamo sforzare a pensare.

Capitolo 2: EURISTICHE E BIAS

Come già accennato e visto con l'effetto framing, la nostra mente è soggetta a dei pregiudizi cognitivi in virtù di minor sforzo mentale. È così che si manifestano e si definiscono le euristiche e conseguenti bias.

Le euristiche sono scorciatoie di pensiero che ci permettono di valutare una situazione e di poter decidere in breve tempo. A livello pratico si tratta quindi, di un insieme di strategie per ricercare un argomento o un concetto adeguati a risolvere un problema che avviene a livello cognitivo. Questo accade inconsapevolmente grazie alle nostre esperienze passate, le nostre idee e i nostri giudizi. Come vedremo lungo la trattazione di questo capitolo esso è un sistema dalla quale non si può evadere ma si può cercare di prestare maggior attenzione per evitare di cadere in errori cognitivi.

Nel 2002 Kahneman e Frederick, teorizzarono che l'euristica cognitiva funzionasse per mezzo di un sistema chiamato sostituzione dell'attributo che avviene inconsapevolmente. Le euristiche sono quindi escamotage mentali che portano a conclusioni veloci con il minimo sforzo cognitivo. Tramite queste euristiche si può incorrere a degli errori/distorsioni cognitive, i cosiddetti bias.

I bias cognitivi sono fondati su percezioni errate, su pregiudizi e ideologie che permettono di prendere decisioni in fretta e senza fatica. Di seguito illustreremo le più importanti euristiche e bias e vedremo come poter far fronte a tali distorsioni cognitive.

2.1 EURISTICHE

Le euristiche quindi, come abbiamo visto, sono dei procedimenti mentali, intuitivi e sbrigativi, che permettono di formulare un'idea senza effettuare troppi sforzi cognitivi.

In tema di euristica si pone la Teoria del Prospetto di Daniel Kahneman e Amos Tversky, (1979). Tale teoria è descrittiva e avviene in momenti di incertezza per la scelta. Secondo i due autori la decisione si compone di due fasi: l'analisi e la raccolta delle diverse informazioni con uno sguardo sulle varie prospettive e la valutazione di più scenari possibili. Non è detto però, che di fronte ad un medesimo problema, verificatosi una volta successiva, la stessa persona si comporti allo stesso modo.

Kahneman che vinse il premio Nobel per questa teoria (1979) e Tversky, teorizzarono che i giudizi degli individui risultino da meccanismi cognitivi, quali appunto, euristiche e bias.

Successivamente Daniel Kahneman insieme a Shane Frederick (2002) analizzarono le diverse tipologie di euristiche:

- Euristica della rappresentatività: essa viene messa in atto nel momento in cui si deve categorizzare qualcosa o qualcuno. Il giudizio di probabilità viene fatto attraverso a un fattore di similitudine di un oggetto.
- Euristica della disponibilità: essa si basa fondamentalmente sui ricordi ed esperienze vissute direttamente o indirettamente. Sostanzialmente nel momento di una presa di decisione, le persone saranno psicologicamente influenzate dall'aver vissuto esperienze simili o anche solo averne sentito parlare.
- Euristica affettiva: questa euristica mette in luce l'importanza che le nostre emozioni e pensieri hanno nelle nostre decisioni. Si verifica specialmente quando si ha uno stato d'animo debole e non si riesce a pensare lucidamente. Pensiamo ad esempio ad una nostra giornata particolarmente deludente, capita a volte di voler sviare i pensieri tramite valvole di sfogo soggettive, quali ad esempio lo shopping, una sigaretta o una passeggiata all'aria aperta. Certo, quest'ultima non nuoce certamente alla nostra salute. Pensiamo però allo

shopping compulsivo, al denaro speso per cose futili e non necessarie.

L'euristica affettiva agisce esattamente in quell'istante, è quell'azione impulsiva che deriva da uno stato alterato della nostra regolazione interna fisiologica derivante da stati d'animo ed emozioni.

- Euristica dell'ancoraggio: tale euristica, viene utilizzata nel momento in cui si necessita di stimare la probabilità di un evento. Esso viene stimato sulla base delle informazioni disponibili in memoria, preferendo esperienze e pensieri personali, generalizzandoli in diversi contesti e situazioni, erroneamente. Ad esempio, se ci venisse chiesto di stimare il tempo necessario per completare una tesina, probabilmente assoceremo il nostro tempo personale, ampliandolo per una popolazione più vasta. Questo risulta essere erroneo in quanto le nostre stime sono per la maggior parte egocentriche.
- Euristica della simulazione: consiste nell'immaginare situazioni che sarebbero potute accadere ma non sono accadute. Tramite questo processo smontiamo il passato cercando di ricostruire mentalmente il futuro. Ne fanno un esempio significativo Kahneman e Tversky (1979): Il signor X e il signor Y dovevano prendere due differenti aerei al medesimo orario. Hanno viaggiato nello stesso taxi per recarsi all'aeroporto ma a causa del traffico sono arrivati con 30 minuti in ritardo. All'arrivo videro che il volo di X era partito in orario e il volo di Y era partito con un ritardo di 25 minuti. Chi dei due sarà più triste? La risposta unanime è Y poiché ha perso il volo per soli cinque minuti, ed immagina che avrebbe potuto prenderlo se solo un'azione fosse andata diversamente.

Ci chiederemo a questo punto se è inevitabile pensare in modo euristico. E la risposta è la seguente: non ci sono condizioni per cui il pensiero euristico sia imprescindibile ma esso si manifesta inevitabilmente nel momento in cui la nostra mente non ha a disposizione il tempo necessario per decidere o pensare ad una determinata risposta, o nel momento in cui non si hanno sufficienti informazioni e dati per poter rispondere in modo esatto.

2.2 BIAS COGNITIVI

A differenza delle euristiche, definite nel loro complesso positivamente come scorciatoie mentali, utilizzate per avere accesso in modo rapido ad informazioni immagazzinate in memoria, i *bias* cognitivi sono particolari euristiche usate per esprimere un giudizio che a lungo termine diventa pregiudizio, su cose mai viste e sentite.

Etimologicamente il termine *bias* derivante all'origine dal greco e successivamente dal latino e francese significa "obliquo, distorto". I *bias* sono costrutti "distorti", non del tutto corretti perché fondati su percezioni errate, pregiudizi. Questi pregiudizi creano degli schemi mentali che inducono a valutare e definire delle situazioni senza giudicarle oggettivamente. I *bias* cognitivi sono dei modelli di pensiero che la mente, all'origine quasi neutra, apprende nel tempo. "Nasce quasi neutra" e viene "riempita" da modelli di pensiero che giungono dall'esperienza del mondo materiale.

Riporto un esempio per chiarificare al meglio questo concetto: si pensi ad un infante che toccando per sbaglio il fuoco di una candelina, si scotta. Rimarrà sicuramente impaurito ed assocerà ad ogni fonte luminosa, come il fuoco, ad un pericolo. Questo è un *bias* cognitivo, poiché non tutte le luci danno malessere se toccate.

Esistono diversi tipo di *bias* cognitivi, di seguito illustrerò i più importanti:

- *Bias* attentivo: La realtà che percepiamo e sperimentiamo muta in base a ciò che pensiamo, nel senso che più la nostra attenzione è attratta da qualcosa più quel qualcosa cambia il nostro modo di percepire la realtà.
- *Bias* di conferma: il comportamento inconsapevolmente di un individuo, tende a cercare elementi, dati, fatti che confermano le sue credenze.
- *Bias* della percezione selettiva: consiste nel trascurare informazioni se queste non rientrano nelle nostre credenze, abitudini. Ad esempio, se lavoriamo nel settore alimentare, nello specifico con i formaggi, e leggiamo un articolo sul rischio salutare del latte, questo sarà dimenticato in fretta.

- Effetto attore-osservatore: questo *bias* molto diffuso e riconosciuto si manifesta non nel contenuto in sé ma in chi emette il contenuto. Siamo più propensi a credere alle informazioni che vengono enunciate da persone noi care o a cui siamo affezionati, piuttosto che persone sconosciute o per la quale non nutriamo nessuna stima e affetto.
- *Bias* di omissione: si manifesta con l'eccessiva paura del cambiamento che porta l'individuo a non agire e rimanere in una sorta di "limbo", non scegliendo nessuna preferenza.
- Illusione della frequenza: il nostro cervello tende a selezionare come più frequenti le informazioni che ci riguardano. Per esempio, se una donna ha appena comprato una borsa, noterà con maggior attenzione tutte le donne con una borsa.
- *Bias* di proiezione: si ritiene che le altre persone la pensino come noi. È una modalità messa in atto per evitare di mettere in discussione le proprie conoscenze e convinzioni.
- Fallacia dello scommettitore: tendenza a dare rilevanza a ciò che è accaduto in passato, in questo modo i giudizi presenti saranno influenzati completamente da tali eventi passati.
- *Bias* del presente: le decisioni vengono prese per ottenere una gratificazione immediata, ignorando la possibilità di un maggiore beneficio se a distanza di tempo.

In conclusione, quindi, i *bias* non sono errori presenti nel nostro sistema cerebrale ma sono nostri errori logici, che dipendono dal livello di conoscenza personale di noi stessi e della realtà.

Capitolo 3: STATI EMOTIVI NEL DECISION MAKING

“Il cuore ha ragioni che la ragione non conosce”.

Vorrei introdurre quest’ultimo capitolo sugli stati emotivi del decision making partendo dalla celebre frase proposta da Blaise Pascal.

Frase connotata sulle decisioni relative all’amore ma che non ha ragione di essere esclusa da decisioni riguardanti i più vari e comuni aspetti della vita. Infatti, come vedremo nel corso di questa trattazione, è stato dimostrato che le decisioni prese siano per la maggior parte, se non completamente, frutto di stati emotivi, associazioni positive o negative di ricordi, di situazioni.

Tratteremo l’aspetto psicologico citando grandi autori quali *Loomes e Sugden* (1982), *Epstein* (1994), *Mc Fadden* (1999), *Damasio* (1997), *Kahneman* (2003).

3.1 L’INFLUENZA EMOTIVA

Solo recentemente la ricerca sulle decisioni ha dimostrato che le emozioni rivestono un ruolo fondamentale nel processo di scelta (Epstein e Damasio, 1994).

Epstein (1994), ad esempio, ha proposto un modello secondo il quale l’adattamento all’ambiente avverrebbe secondo un sistema esperienziale ed uno razionale. Il sistema esperienziale agisce in modo automatico e rapido mentre il sistema razionale è più lento e comporta quindi un maggior dispendio di forze cognitive. Questi sistemi di rielaborazione delle informazioni coinvolgono meccanismi neurali differenti. Il primo, coinvolge l’amigdala e il talamo, due delle strutture più antiche del cervello che si occupano della prima inconscia elaborazione dell’evento osservato e il secondo coinvolge maggiormente la corteccia orbito frontale, che è l’area più evoluta e giovane dell’encefalo, deputata all’elaborazione dell’informazione a livelli più consci. Questi due sistemi interagiscono e si compensano, ma quello esperienziale per la sua natura istintiva precede quello razionale. Similmente Daniel Kahneman (2002) definisce questi sistemi: sistema uno e sistema due. Il primo che include appunto, talamo ed amigdala sono la sede principale delle emozioni ed è coinvolta quindi nelle risposte emozionali,

nei processi di memorizzazione delle emozioni. Il sistema due invece, connesso all'attivazione della corteccia, coinvolta principalmente nel ragionamento, nella pianificazione, monitoraggio e controllo. (Possiamo quindi affermare che quando prendiamo decisioni istintive basate sulle emozioni, operiamo con il sistema uno, cedendo in un bias di giudizio molto comune, denominato "effetto alone", caratterizzato da una forte coerenza emozionale.)

Ma come questi due sistemi provano l'influenza delle emozioni nel sistema decisionale?

Confermeremo questa ipotesi illustrando la ricostruzione nel neuroscienziato portoghese Damasio (1997), sul caso Elliot.

Elliot, fu paziente di Damasio, il quale dopo aver subito un intervento chirurgico volto all'asportazione di un tumore sviluppato vicino al lobo frontale del cervello, si trovò impossibilitato ad ogni genere di decisione: dalle più complesse alle più superficiali. La sua mente era in grado di valutare ogni opzione logica disponibile ma non gli permetteva di scegliere la più consona tra esse. L'operazione chirurgica, infatti, dal punto di vista medico era andata a buon fine ed il QI del paziente era risultato invariato rispetto al periodo precedente all'intervento. Proseguendo lo studio del caso di Elliot insieme ad altri casi, Damasio scoprì che il tumore che colpì Elliot andò ad intaccare la corteccia orbito frontale. Questa sezione del cervello assume il compito di mediatore, da tramite, tra gli impulsi istintivi ed emotivi e dei processi razionali. La sezione cerebrale fa in modo quindi che le funzioni limbiche vengano integrate con il pensiero cosciente. Le due istanze, ragione ed emozione, non erano state lesionate in Elliot, ma semplicemente si era interrotta la comunicazione tra esse. A causa di questa interruzione della comunicazione interna, Elliot, posto di fronte a qualsiasi decisione si scontrava con l'assenza dell'autorizzazione preventiva limbica, e la sua parte razionale rimaneva bloccata in attesa di un input impossibilitato ad arrivare. Questa scoperta esplica che il primo giudizio, che determina la fattibilità o meno della decisione, spetta al nostro sistema limbico, parte intermedia del nostro cervello, sezione inconscia che ospita le emozioni.

Un'ulteriore prova a sostegno di questa tesi, ci perviene sempre da Damasio (1994) con la sua definizione di "marcatore somatico". L'autore definisce marcatore somatico quella sensazione piacevole o spiacevole che sentiamo nel momento in cui ci torna in

mente l'esito positivo o negativo di una scelta. Il marcatore somatico negativo agisce come un campanello d'allarme relativo al pericoloso esito dell'opzione che abbiamo davanti. Questo segnale ci fa abbandonare quel percorso decisionale e ci porta a decidere fra alternative che lo escludono. Esso ci protegge da future perdite e ci consente di scegliere entro un numero limitato di possibilità. Viceversa, il marcatore somatico positivo funge da stimolo e scorciatoia verso l'alternativa selezionata. Questa teoria conferma ulteriormente come la decisione sia influenzata dalla nostra esperienza personale e dalle emozioni.

La teoria del rimpianto (regret theory), invece, gioca un ruolo rilevante all'interno della finanza comportamentale, in quanto cerca di fornire un'ulteriore interpretazione dei processi decisionali individuali in condizione di incertezza.

La teoria del rimpianto, formalizzata per la prima volta da Loomes e Sugden (1982) afferma che, quando i decisori si trovano di fronte ad una scelta in condizione di incertezza, analizzano e valutano preventivamente le possibili conseguenze che tale scelta comporta. Gli individui sono consapevoli che se la loro decisione porterà ad un esito positivo, proveranno soddisfazione (rejoicing), mentre nel caso contrario saranno affetti dal rimpianto (regret) per aver compiuto tale scelta. Essi, dunque, al momento di prendere una decisione preferiscono limitare al minimo i rischi di un futuro rimpianto per evitare il dispiacere conseguente ad una scelta rivelatasi errata. Infatti, per gli individui, tale dispiacere risulta essere maggiore rispetto al rammarico che proverebbero per un'azione che avrebbe portato ad un risultato soddisfacente (rimpianto da omissione). Inoltre, gli investitori cercano di difendere le proprie scelte e per evitare lo stress associato all'ammissione del proprio errore, mantengono la loro posizione con la speranza di una possibile ripresa.

Spesso gli individui si trovano in una situazione di conflitto mentale di fronte all'evidenza che una loro convinzione sia errata. Questo fenomeno viene denominato dissonanza cognitiva. Mc Fadden (1999) spiega come in base alla teoria della dissonanza cognitiva, gli individui tendono a compiere un comportamento per cercare di ridurre tale dissonanza. Inoltre, essi hanno la tendenza a cercare soltanto le informazioni riguardanti le opzioni prese in considerazione.

Conclusioni:

“Le nostre scelte, sono realmente frutto della nostra volontà, o siamo inconsciamente soggetti a influenze esterne?”.

Questa domanda, alla quale ho cercato di rispondere citando le più illustri teorie sul decision-making, ha domato l'intera trattazione.

Abbiamo visto come i processi mentali sottostanti la nostra consapevolezza, come le emozioni, i sentimenti e stati d'animo, influiscano in modo arbitrario sul nostro modo di percepire e conseguentemente agire. Abbiamo potuto analizzare la struttura cerebrale implicata in tale processo e apprendere come determinate strutture agiscano e prevalgano rispetto ad altre.

La risposta quindi, alla quale abbiamo cercato di rispondere, è sì. Le nostre scelte sono inconsciamente soggette a influenze, che definirei sia esterne che interne.

Ciò accade automaticamente, ma è possibile sicuramente esercitarsi per evitare di cadere nei più banali bias cognitivi.

Bibliografia:

- Misuraca, Fasolo, Cardaci (2007). I processi decisionali. Bologna: il Mulino.
- Kahneman, Sibony, Sunstein (2021). Come nasce il rumore. A cura di Eleonora
- Gallitelli, Rumore (p.187-204). Milano: DeA planeta libri S.r.L.
- Di Lauro Andrea (2021). Tutti i tipi di euristiche e bias cognitivi e cosa sono nello specifico. Project escape.
- Kahneman (2012). Euristiche e Bias. A cura di Arnoldo Mondadori editore S.p.A., Pensieri lenti e veloci (parte seconda). Milano: Arnoldo Mondadori editore S.p.A.
- Pellegrino (2021). Progettare la formazione: l'importanza di euristiche e bias cognitivi. Punto sicuro.
- Cini (2017). Decisioni euristiche o decisioni intuitive. Neureka.
- Fiore (2015). Bias ed euristiche-Introduzione alla psicologia n.38. State of mind, il giornale delle scienze psicologiche.
- Dal Ponte (2021). Il caso di Elliot e Corporate Storytelling. Schio: Performarsi Digital S.r.l.
- Civiero (2020). Neuromarketing e i processi decisionali. Chiarano: Neuro WebDesign.
- Loomes G. e Sugden R. (1982).Regret Theory: An alternative theory of rational choice under uncertainty. The economic Journal, vol. 92, No. 368, pp. 805-824. Royal economic society.
- Mc Fadden (1999). Rationality for economists? Journal of risk and uncertainty, vol. 19, no. 1-3, pp. 73-105