

COMUNICAZIONE PERSUASIVA

il ricevente

modelli teorici del processo di persuasione

 modello della probabilità di elaborazione

 modello euristico-sistematico

quando l'obiettivo è il comportamento

IL RICEVENTE

quali sono le caratteristiche del ricevente, che lo rendono più facilmente convincibile?

predisposizione ad essere influenzati come tratto di personalità

È più facile persuadere qualcuno i cui atteggiamenti precedenti siano poco definiti

Personality and Persuasibility (Janis & Hovland, 1959)

predisposizione individuale all' influenzabilità:

autostima

le persone con alta autostima si dimostrano generalmente più resistenti alla persuasione

aggressività

è stata riscontrata una correlazione positiva fra aggressività e resistenza alla persuasione

intelligenza

le persone più intelligenti risultano maggiormente capaci di rispondere ai messaggi persuasivi, ma solo se questi sono logici e precisi, altrimenti risultano insensibili

vengono persuase maggiormente da messaggi bilaterali

MODELLI TEORICI del PROCESSO DI PERSUASIONE

esiste una teoria del processo di persuasione?

Modelli duali

Modello della probabilità di elaborazione

(Petty e Cacioppo, 1981)

Modello euristico-sistematico

(Eagly e Chaiken, 1980; 1984)

entrambi prevedono che il cambiamento degli atteggiamenti sia l' esito di due processi di natura diversa

IL MODELLO DELLA PROBABILITÀ DI ELABORAZIONE (*ELM*)

Petty & Cacioppo (1981)

modello della probabilità di elaborazione

quando è esposto ad un messaggio persuasivo, il ricevente attiva una delle due modalità di elaborazione:

Il percorso centrale: elaborazione attenta e approfondita delle argomentazioni e delle informazioni

Il percorso periferico: basato su aspetti emotivi e/o che dipendono dal modo in cui le informazioni sono presentate

quando viene attivato il percorso centrale?

motivazione: rilevanza del tema per il ricevente

abilità cognitiva: livello di intelligenza, competenze tecniche,
condizioni contingenti (sforzo cognitivo che si può dedicare al
messaggio)

se una persona è motivata e in grado di elaborare il messaggio
persuasivo, l' eventuale **cambiamento** di atteggiamento è l' **esito**
del percorso centrale di elaborazione

Importante la **qualità dell' argomentazione**

argomenti persuasivi forti: atteggiamento positivo

argomenti persuasivi deboli: atteggiamento negativo

quando viene attivato il percorso periferico?

quando il ricevente non è motivato o non è in grado di destinare un adeguato sforzo cognitivo all'elaborazione del messaggio, gli eventuali cambiamenti di atteggiamento sono il risultato di un percorso periferico.

diminuisce l'importanza dell'argomentazione e aumenta quella dei **segnali periferici**:

expertise della fonte

cambiamenti derivanti dai due processi

rispetto ai cambiamenti che risultano dal percorso periferico

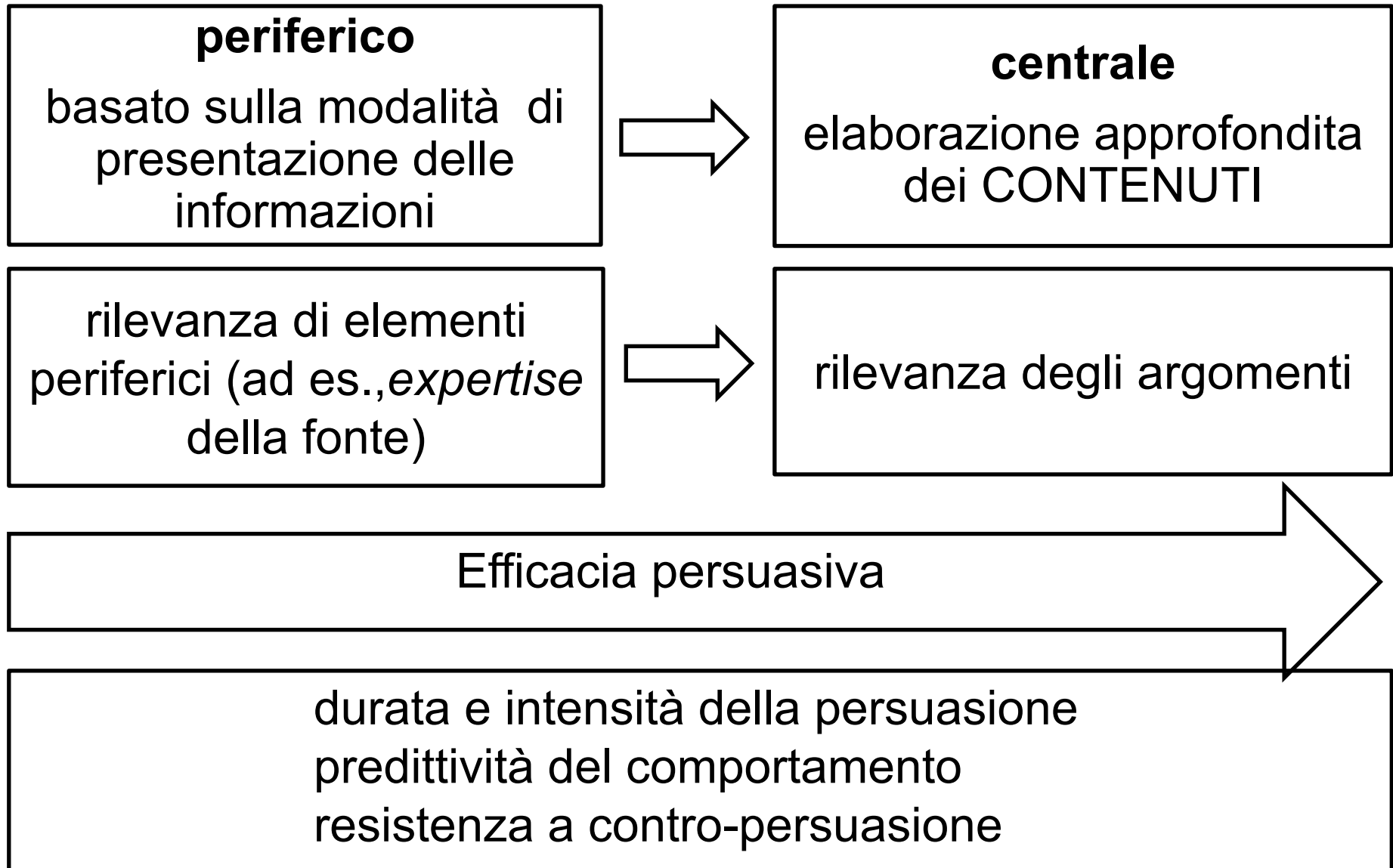
percorso centrale:

cambiamenti più persistenti nel tempo

maggior capacità predittiva del comportamento

maggior resistenza alla contro-persuasione

DUE percorsi, oppure un *continuum* con due estremi?





IL MODELLO EURISTICO-SISTEMATICO

Eagly & Chaiken, 1980-1984

DUE percorsi paralleli



Euristico consiste
nell'applicazione di regole di
decisione
(ad es., prezzo = qualità)

Sistematico coincide con
l'elaborazione approfondita

focalizzazione attenzione, comprensione argomentazioni,
confronto e integrazione di informazioni con credenze e/o
conoscenze precedenti

abilità cognitiva: intelligenza,
competenza, carico cognitivo,
comprensibilità del messaggio

motivazione, rilevanza
personale del tema

IL MODELLO EURISTICO-SISTEMATICO

euristiche: scorciatoie del pensiero, strategie di risparmio di energia cognitiva

derivano da esperienze precedenti che hanno portato a **giudizi validi**

regola di decisione:

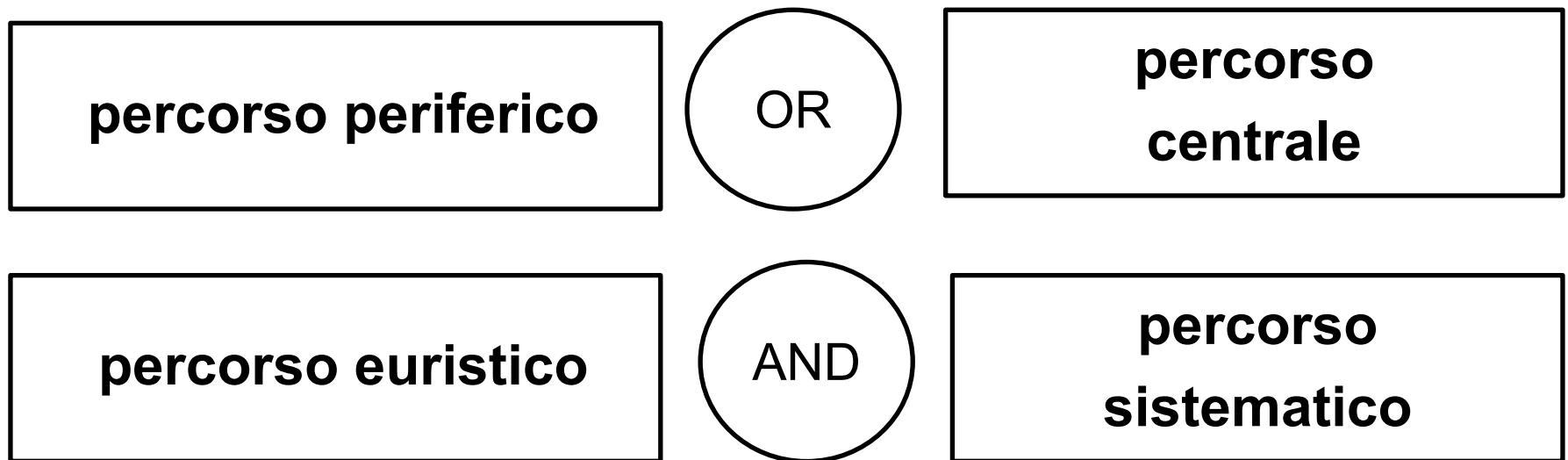
“Se un prodotto costa molto significa che è di buona qualità”

nel modello è previsto che le due modalità di elaborazione non si escludano a vicenda

se entrambe vanno nella stessa direzione, l'effetto finale è un esito congiunto. Se vanno in direzioni opposte, l'effetto finale è attenuato.

cosa cambia rispetto al primo modello?

la differenza più importante è che ELM prevede due processi **ALTERNATIVI**, mentre il modello euristico-sistematico ammette che i due modi di elaborazione siano messi in atto contemporaneamente



aspetti euristici e sistematici possono essere attivi contemporaneamente

IPOSTESI ADDITIVA

quando i due percorsi portano a “conclusioni” congruenti si ha il massimo livello di persuasività del messaggio

IPOSTESI DI ATTENUAZIONE

se i risultati del processo euristico sono contraddette dai risultati dell'elaborazione del processo sistematico, l'effetto dell'euristico sarà attenuato

QUANDO L' OBIETTIVO È IL COMPORTAMENTO

la strategia del colpo basso

le tecniche dei professionisti dell' influenza:
strategie commerciali

esperimento di *Cialdini (1978)*

veniva chiesto a studenti universitari di sottoporsi ad un esperimento e, in cambio, veniva scalata un'ora dal totale di ore che ogni studente doveva obbligatoriamente dedicare alla partecipazione ad esperimenti

la strategia del colpo basso

condizione sperimentale:

dopo che gli studenti hanno accettato, viene specificato che l' esperimento è alle 7 del mattino.

condizione di controllo:

prima che gli studenti accettino, viene specificato che l' esperimento si terrà alle 7 del mattino.

risultati

nella condizione sperimentale, si ottengono percentuali di accettazione decisamente superiori, nonostante si sottolinei la possibilità di cambiare idea.

la strategia del piede nella porta

Freedman e Fraser (1966) hanno ipotizzato che se si chiede ad un individuo di attuare un comportamento che non gli costa molta fatica

si aumenta la probabilità

che successivamente acconsenta ad attuare un altro comportamento dello stesso tipo ma **molto più oneroso**

si tratta del cosiddetto «piede nella porta»

Freedman e Fraser (1966)

chiedono a casalinghe di accettare un' intervista di due ore, in cui si deve fare l' inventario di tutti i prodotti usati in casa (compito oneroso)

condizione di controllo: il tipo di compito viene ***specificato al telefono***

condizione sperimentale: ***prima viene richiesto un compito poco oneroso***, come rispondere a domande sui saponi usati tutti i giorni

risultati

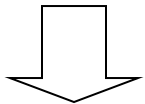
nella condizione sperimentale accettano l' intervista il 52% delle casalinghe, in quella di controllo solo il 22%.

per interpretare gli effetti di queste strategie:

costrutto di impegno (coerenza al comportamento)

il fattore determinante perché si realizzi il vincolo di coerenza al comportamento è il sentimento di libertà

se una persona si sente libera di attuare il primo comportamento, insisterà nella decisione presa, anche se le condizioni che l'avevano prodotta sono mutate



sottomissione liberamente consentita

(non oggettiva, piuttosto una sottovalutazione delle pressioni esterne)