



# Principali Bias Cognitivi

(ed. 13/11/15) [www.pensierocritico.eu](http://www.pensierocritico.eu)

Bias Cognitivo <sup>1</sup>	Descrizione	Esempio
<b>Categoria: Framing</b>		
<b>1.</b> <u>Pregiudizio di conferma</u> <b>(Confirmation Bias)</b>	<p>E' la tendenza a cercare conferme alle proprie convinzioni e a rifiutare evidenze che le contraddicono.</p> <p>Il confirmation bias venne introdotto nel 1960 dallo psicologo P.C. Wason, con lo scopo di contrastare la tendenza di molti ricercatori scientifici a cercare prove a sostegno delle loro ipotesi piuttosto che cercare di falsificarle. A tal scopo Wason introdusse il test 2-4-6 che sperimentò sui suoi studenti.</p>	<p>Un giornalista che si appresta a scrivere un articolo su un tema tende a intervistare solo esperti che supportano le sue vedute su quel tema, oppure un ricercatore universitario che si appresta a scrivere un articolo scientifico può trascurare di cercare informazioni che non siano coerenti con le sue credenze. Solo una minoranza di persone è disposta a rinunciare ai suoi pregiudizi, e non si accanisce nella ricerca di prove a loro sostegno, ma anzi cerca evidenze che li contraddicano.</p>
<b>2.</b> <u>Errore di attribuzione</u> <b>(Fundamental attribution error)</b>	<p>E' la tendenza ad attribuire il comportamento di una persona alle caratteristiche della sua personalità, cioè alle inclinazioni generali, piuttosto che alla specificità della situazione in cui il comportamento viene attuato.</p>	<p>Un guidatore si accinge a oltrepassare il semaforo quando diventa verde ma un'altra auto improvvisamente gli taglia la strada passando col rosso e costringendolo ad una brusca frenata. Arrabbiato, egli tende ad attribuire il comportamento dell'altro guidatore a aggressività, sconsideratezza o altri fattori inerenti la sua disposizione personale fondamentale, senza ipotizzare che egli possa aver avuto invece, in quel momento, un malore.</p>
<b>3.</b> <u>Favoritismo di gruppo</u> <b>(In-group Bias)</b>	<p>E' la tendenza delle persone a favorire persone appartenenti al proprio gruppo (qualunque esso sia: sociale, culturale, etnico, ecc) anzichè persone esterne.</p>	<p>Gli esempi sono tanti ed hanno a che fare con il fanatismo, ad esempio tutti gli Ultras sportivi tendono a percepire negativamente i tifosi delle squadre rivali e, in certi casi, agire violentemente nei loro confronti. In tutte le competizioni elettorali si riscontra questo Bias, con il quale i sostenitori di partiti rivali vengono visti come nemici indipendentemente dalle loro qualità personali (infatti nelle discussioni politiche anche familiari e amicali) spesso si perde il controllo di sé. In certi paesi multireligiosi o multirazziali sono comuni gravi scontri</p>

<sup>1</sup> I principali Bias sono stati scelti secondo la selezione fatta nel 2012 da A.Wilke ed R.Mata per la voce "Cognitive Bias" della "The Encyclopedia of Human Behavior "

# Principali Bias Cognitivi

(ed. 13/11/15) [www.pensierocritico.eu](http://www.pensierocritico.eu)

		tra fazioni diverse (ad es: indù vs mussulmani, bianchi vs neri, ecc, ecc)
<b>4.</b> <b>Correlazione illusoria</b> <b>(Illusory Correlation)</b>	E' la tendenza delle persone ad associare due cose (eventi, accadimenti, ecc) anche se tra di esse non vi è alcuna relazione.	Una persona visita per la prima volta una città che non conosce e viene derubata poche ore dopo esservi arrivata. Questa persona tenderà ad attribuire a quella città la qualifica di "città di ladri", anche se il furto ai suoi danni è stato un caso singolare e imprevedibile.
<b>5.</b> <b>Effetto "senno del poi"</b> <b>(Hindsight Bias)</b>	E' la tendenza delle persone, dopo che un evento è accaduto, a ritenere che essi avrebbero potuto prevederlo. Scrive Kahneman (pp.222-229): [dopo un esperimento condotto sull'esito di un viaggio di Nixon in Cina] <i>"I risultati furono chiari. Se un evento si era verificato davvero, gli intervistati esageravano la probabilità che vi avevano assegnato in precedenza; se il potenziale evento non si era verificato, ricordavano erroneamente di averlo sempre considerato improbabile"</i> .	(Kahneman p.222-225) Immaginiamo di andare a una partita di football tra due squadre che hanno alle spalle lo stesso numero di vittorie e di sconfitte. Ora la partita è finita e una delle due squadre ha distrutto l'altra. Nel nostro modello riveduto e corretto del mondo, la squadra vincente è molto più forte della perdente, e la nostra visione del passato e del futuro è stata modificata dalla nuova percezione. Imparare dalle sorprese è una cosa ragionevole, ma ha qualche conseguenza pericolosa. [...] L'illusione di avere capito il passato alimenta l'ulteriore illusione di poter prevedere e controllare il futuro.
<b>Categoria: Costo</b>		
<b>6.</b> <b>Effetto Dotazione</b> <b>(Endowment Effect)</b>	E' la tendenza ad attribuire alle cose già possedute un valore superiore a quello che si sarebbe disposti a pagare se non le si possedesse. Per cui le persone tendono a pagare una cifra più alta per mantenere il possesso di qualcosa, piuttosto che per acquistare la stessa cosa da un estraneo. I valori che le persone attribuiscono alle cose sono diseguali se le posseggono o meno, a causa dell'avversione alla perdita. Scrive Kahneman (pp.319-330): <i>"Per i poveri il denaro che è speso per un bene significa la perdita di un altro bene che avrebbe potuto essere comprato"</i>	Un appassionato di musica entra in possesso del biglietto per un concerto di una famosa band al prezzo di 20€ ma sarebbe stato disposto a pagare fino a 50€. Viene a sapere su Internet che fan più ricchi o disperati sono disposti a pagare anche 300€ per procurarselo. E' stato accertato che nella maggior parte dei casi l'appassionato rock non venderà il suo biglietto a causa dell'effetto dotazione.  Altro esempio: la maggior parte delle persone detesta l'idea di vendere la propria casa ad un prezzo inferiore a quello d'acquisto, anche in una situazione in cui sa che il valore di mercato non salirà mai più per qualche motivo (svalutazione del



# Principali Bias Cognitive

(ed. 13/11/15) [www.pensierocritico.eu](http://www.pensierocritico.eu)

	<i>al suo posto. Per i poveri, i costi sono perdite."</i>	quartiere, sopravvalutazione al momento dell'acquisto, crisi irreversibile del mercato immobiliare, ecc).
<b>Categoria: Rappresentatività</b>		
<b>7.</b> <b>Fallacia della Congiunzione</b> <b>(Conjunction Bias)</b>	<p>Avviene quando si ritiene che, per l'accadimento di uno specifico evento, due o più condizioni contemporanee siano più probabili di una singola.</p> <p>Secondo Kahneman questa fallacia evidenzia l'incompatibilità delle euristiche con la logica (pp.172-182 di Pensieri lenti e veloci)</p>	<p>(Kahneman p.174) Linda è una donna single 31enne, intelligente, brillante e laureata in filosofia.</p> <p>Quale alternativa è più probabile?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. che Linda sia una cassiera di banca</li> <li>2. che Linda sia una cassiera di banca e che sia attivista del movimento femminista</li> </ol> <p>La maggioranza delle persone viene ingannata dall'euristica della rappresentatività e sceglie l'opzione 2 anche se la probabilità che si presentino i due eventi (che sia cassiera di banca e che sia attivista del movimento femminista) è sempre minore della probabilità che si presenti un solo evento.</p>
<b>8.</b> <b>Fallacia del Giocatore</b> <b>(Gambler's Fallacy)</b>	<p>E' la tendenza ad attribuire ad eventi occorsi in passato la capacità di influire su eventi futuri nell'ambito di molti giochi d'azzardo.</p>	<p>L'esempio più noto riguarda la convinzione errata che il ritardo nell'uscita di un numero nelle estrazioni del Lotto possa rendere più probabile una sua imminente uscita. La convinzione errata che eventi di gioco accaduti nel corso di una sessione/partita, possano influenzare la probabilità che si verifichi un evento futuro si applica a molti giochi d'azzardo (roulette, poker, ecc).</p>
<b>Categoria: Desiderio</b>		
<b>9.</b> <b>Fallacia della mano calda</b> <b>(Hot-Hand Fallacy)</b>	<p>E' la tendenza delle persone a credere, dopo aver avuto casualmente successo in un evento, di poterlo replicare nei tentativi successivi. Avviene soprattutto nei giochi d'azzardo e negli sport.</p>	<p>Questa fallacia si presenta ogni giorno nei Casinò di tutto il mondo quando un giocatore, dopo una serie di puntate vincenti alla roulette, inizia ad aumentare il valore delle proprie puntate convincendosi di attraversare una fase positiva. Ma la roulette, come le carte e altri oggetti di gioco non hanno memoria...</p>

# Principali Bias Cognitivi

(ed. 13/11/15) [www.pensierocritico.eu](http://www.pensierocritico.eu)

<p><b>10.</b>  <b>Effetto Alone</b>  <b>(Halo Effect)</b></p>	<p>E' la tendenza a valutare (positivamente o negativamente) persone e cose/prodotti basandosi su pochi indizi (ad esempio un attributo particolarmente significativo della persona), e ad estendere il giudizio maturato all'interezza della persona o cosa/prodotto valutata. Scrive Kahneman (pp.219-220): <i>"L'effetto alone contribuisce a mantenere semplici e coerenti le narrazioni esplicative esagerando la coerenza delle valutazioni: i buoni fanno solo cose buone e i cattivi solo cose cattive"</i>.</p>	<p>In generale le persone di bell'aspetto vengono valutate positivamente in molti ambiti sociali, dato che l'<i>effetto alone</i> determina l'estensione inconscia di molti tratti positivi alla loro personalità quali: altruismo, affidabilità, gentilezza, ecc. E' stato dimostrato da varie ricerche (ved. bibliografia) che l'aspetto fisico delle persone influenza fortemente: l'esito delle consultazioni elettorali (Efran e Patterson 1976), quello delle procedure di assunzione (Mack e Rainey 1990), quello dei processi giudiziari (Stewart 1980) e quello della disponibilità al soccorso (Benson 1976). L'effetto alone è impiegato nella pubblicità ed esistono innumerevoli esempi d'uso dell'immagine di un attore/attrice famoso (di bell'aspetto) in associazione a un prodotto che si vuole vendere.</p>
<p><b>11.</b>  <b>Effetto Mera Esposizione</b>  <b>(Mere Exposure Effect)</b></p>	<p>E' la tendenza ad essere attratti e giudicare positivamente cose o persone già viste (anche una sola volta) piuttosto che altre sconosciute. Si tratta di un'attrazione inconscia verso tutto ciò a cui si è stati esposti sensorialmente (soprattutto visivamente).</p>	<p>E' più probabile sentire un'attrazione per sconosciuti già incontrati casualmente in strada altre volte, piuttosto che per uno sconosciuto che si vede per la prima volta (ma dalla seconda volta non sarà più sconosciuto...).</p>