

## Qualche considerazione dalle scienze cognitive (e oltre)

CRISTINA MEINI\*

### *Some Considerations from Cognitive Sciences (and Beyond)*

*Abstract:* Self-deception, both in its traditional sense and in the extension to the public dimension proposed by A.E. Galeotti, calls into question cognitive and motivational processes. I propose to sustain the literature traditionally considered with empirical research delving into different dimensions, up to self psychology and clinical psychology.

*Keywords:* Self-deception, Motivation, Relevance theory, Autobiographical memory, Argumentative theory of reasoning.

In *Political Self-Deception* Anna Elisabetta Galeotti estende il dominio dell'autoinganno dalla dimensione privata a quella pubblica, suggerendo di reinterpretare in questi termini alcuni casi che tenderemmo a rubricare solo come esempi di manipolazione intenzionale dell'opinione pubblica. Le prospettive esaminate fanno capo ai due modelli di riferimento nella letteratura contemporanea: l'intenzionalismo e le teorie causali-motivazionali. Insoddisfatta dall'intenzionalismo, che conduce al paradosso di un soggetto irrazionale e dissociato che inganna se stesso inducendosi a credere contro ogni evidenza ciò che desidera, Galeotti si rivolge agli approcci causali-motivazionali, che vedono l'autoinganno come *qualcosa che accade* senza intenzione a seguito delle distorsioni cognitive indotte da un forte desiderio controfattuale. L'analisi della letteratura la conduce a formulare una posizione originale che, ispirandosi all'ipotesi della *mano invisibile*, concepisce l'autoinganno come esito non intenzionale di una serie di passi epistemici volontari. L'indagine si volge quindi alla dimensione pubblica, per sostenere che lo stesso tipo di fenomeno può essere individuato in ambito socio-politico, in particolare nei processi decisionali dei leader e del loro *entourage*. Situazioni che impongono decisioni rapide e complesse da prendersi in condizioni stressanti e mal definite creano anche in menti mediamente "fredde" contesti ideali l'autoinganno.

Tutta l'indagine contemporanea sull'autoinganno è corroborata da solide ed eterogenee ricerche nell'ambito delle scienze cognitive, a testimonianza di quanto gli aspetti motivazionali siano in grado di alterare i già di per sé fallibili processi di formazione e fissazione delle credenze. Inserendomi in questo contesto vorrei segnalare alcuni ulteriori ambiti e programmi di ricerca, generalmente non chiamati in causa ma a mio avviso imprescindibili per rendere conto della complessità del fenomeno.

---

\* Professoressa associata di Filosofia del linguaggio, Università del Piemonte Orientale.

In primo luogo, proprio il riferimento al potere della dimensione motivazionale di alterare i processi di formazione e fissazione delle credenze chiama in causa la *Relevance Theory* (Sperber, Wilson, 1995), che forse al di là delle sue stesse ambizioni può gettar luce sui meccanismi attraverso cui informazioni non suffragate dai fatti, ma coerenti con la motivazione e le emozioni della persona, diventano meno costose da elaborare e quindi più accessibili ai processi di pensiero. Secondo questo approccio, avvalorato da decenni di ricerche empiriche, i nostri sistemi mentali sono per natura portati a cogliere l'informazione più pertinente, ovvero quella avente un miglior rapporto tra benefici cognitivi e costi di elaborazione. *Per qualche ragione*, in determinati contesti a raggiungere la pertinenza maggiore sono particolari informazioni false – quelle che portano all'autoinganno, appunto.

Ma quali sono queste ragioni? Sono sempre più persuasa che una risposta soddisfacente a questa domanda possa essere suggerita solo chiamando in causa le discipline che studiano la formazione del senso di sé, fino ad arrivare alla psicologia clinica. Particolarmente interessante è il Self-Memory System di M. Conway, modello computazionale che indaga il rapporto tra senso di sé e memoria. Un componente del sistema è il *Working self*, una sorta di filtro attentivo che “decide” quali informazioni passare alle strutture permanenti della memoria di sé e, viceversa, quali informazioni estrarre da essa per rievocarle e utilizzarle in nuovi compiti cognitivi. In condizioni ottimali tale filtro opera sulla base di una doppia esigenza della persona, ovvero di avere ricordi *coerenti* tra loro e al contempo *corrispondenti* al vero. Diviene quindi naturale e interessante considerare l'autoinganno come fenomeno che turba tale equilibrio in favore della sola coerenza. La persona preferisce, ancora una volta *per qualche ragione*, rinunciare a una vera e profonda valutazione della corrispondenza per ritrarsi in un mondo (apparentemente) più rassicurante, fatto di pensieri in buona parte erronei ma coesi e ben integrati tra loro e con le attese per il futuro. E tuttavia la domanda si ripresenta: perché rinunciare alla corrispondenza, avviandosi in un percorso rischioso? Forse le scienze cognitive non bastano a dare una risposta che indagli così nel profondo, ed è necessario rivolgersi alla psicologia clinica. Chi si autoinganna, costruendosi una forza di coerenza senza corrispondenza, presenta infatti tratti deliranti. La psicologia clinica, grazie a decenni di esperienza osservativa e a modelli teorici ormai solidi e a mio avviso non inconciliabili con le esigenze epistemologiche delle scienze cognitive contemporanee, è la disciplina più adatta a ricondurre queste dinamiche all'assetto della personalità, spiegandoci non solo come si generi il singolo episodio di autoinganno, ma quale sia la struttura personale più propensa a generarlo e quali storie di vita l'abbiano più tipicamente prodotta.

Un ultimo suggerimento di lettura per chi voglia avvicinarsi al meglio delle scienze cognitive attiene invece specificamente alla dimensione pubblica dell'autoinganno. Sulla base di un'attenta rassegna della letteratura sui *biases* di ragionamento, e avendo sullo sfondo la teoria della pertinenza, Sperber e Mercier (2017) hanno recentemente proposto una *teoria argomentativa del ragionamento* secondo cui la funzione del pensiero non sarebbe quella di articolare idee chiare e distinte in solitudine, ma piuttosto argomentare per convincere gli altri a collaborare. Questa ipotesi spiega bene il netto miglioramento delle prestazioni di gruppo in celebri test che il singolo sbaglia siste-

maticamente, come il Wason Task o *test delle 4 carte*, durante il quale il confronto argomentativo tra persone che hanno fallito la prova individuale innalza la percentuale di successo dal 15% all'80%. Quel che accade è che ciascuno propone la sua ipotesi, ma soprattutto ascolta le ragioni altrui, riconoscendole eventualmente migliori delle proprie.

Nella misura in cui sostiene che in un contesto pubblico ragioniamo meglio, la teoria argomentativa suggerisce implicitamente che in tale contesto difficilmente ci autoinganniamo, perché siamo sensibili al vaglio critico altrui. I nostri errori di valutazione della situazione emergono con maggiore facilità riconducendoci alla giusta prospettiva. Se non vi fosse altro da aggiungere, la teoria argomentativa sarebbe dunque in forte tensione con l'ipotesi di Galeotti. Credo tuttavia che, nell'insieme, i due approcci contribuiscano piuttosto a mettere in luce la complessità del fenomeno. Innanzi tutto, Galeotti riflette su una dimensione del pensare che – lo abbiamo visto – è permeata di emozioni, laddove i casi più clamorosi di razionalità di gruppo riguardano test “freddi” e aventi una soluzione “giusta”. La dimensione argomentativa, quindi, può indicare la strada ma non risolvere il problema. Inoltre, l'impianto evolutzionistico della teoria argomentativa porta a considerare come razionalmente ideale la discussione in piccolo gruppo, laddove i confronti politici odierni spesso coinvolgono gruppi grandi, quando non l'intera opinione pubblica. Ancora, nei contesti politici vi sono spesso rapporti gerarchici che viziano la qualità argomentativa. Pur tenendo in conto tutto ciò, e nella consapevolezza della difficoltà di ogni confronto, ritengo tuttavia che la dimensione sociale e argomentativa del pensare sia l'unica strada utile da percorrere, con urgenza e determinazione.

### **Riferimenti bibliografici**

Conway, M. (2005), “Memory and the Self”, *Journal of Memory and Language*, 53, pp. 594-628.

Mercier, H., Sperber, D. (2017), *The Enigma of Reason. A New Theory of Human Understanding*, New York: Harvard U.P.

Sperber, D., Wilson, D. (1995), *Relevance: Communication and Cognition*, Oxford: Blackwell.