



Piessse

**STRUMENTI DI DIFESA NEI CONFRONTI
DELLA COMUNICAZIONE PERSUASIVA
E MANIPOLATIVA**

Maurizio Rizzuto
Sara Schietroma

Marzo 2021

STRUMENTI DI DIFESA NEI CONFRONTI DELLA COMUNICAZIONE PERSUASIVA E MANIPOLATIVA

Maurizio Rizzuto, Università Pontificia Salesiana

Sara Schietroma, Università Pontificia Salesiana

Spesso si intendono i due concetti di manipolazione e persuasione come sinonimi (insieme al convincimento, il fascino, il carisma), senza coglierne la sostanziale differenza dal punto di vista comunicativo e psicologico.

Per quanto riguarda la persuasione, una definizione generica potrebbe riferirsi alla possibilità di modificare le credenze, gli atteggiamenti e i comportamenti degli individui mediante l'uso della comunicazione (Hewstone, Stroebe, Jonas, Voci, 2010). Per Nardone la persuasione è un processo di influenzamento che può essere messo in atto solo in un contesto comunicativo che abbia come unico obiettivo "il condurre soavemente l'altro a vedere la realtà dal punto di vista più utile e vantaggioso allo scopo" (Nardone, 2015, 8). Secondo noi, persuadere significa portare l'altro dalla propria parte senza che se ne accorga dando l'illusione di aver fatto una scelta libera, il concetto di

persuasione esclude pertanto ogni forma di violenza.

La persuasione può anche essere rivelata e non nascosta: convincere significa fare in modo che l'altro sia d'accordo con il persuasore. Il concetto di portare l'altro dalla propria parte usando tecniche persuasive è sempre presente, ma in modo che la vittima ne sia cosciente e che si senta libera di farlo.

La comunicazione persuasiva è anche contenuta in altri processi comunicativi: il concetto di fascino deriva da *fascinum* (maleficio), un modo per incatenare la volontà dell'altro; mentre il carisma (*charis*) è una comunicazione persuasiva socialmente utile, un dono da usare per il bene della comunità.

Ma quando la persuasione è uno strumento comunicativo teso a creare un "utile" solo per un contraente, e non per tutti i soggetti della comunica-

zione, essa può assumere un carattere coercitivo e diventare manipolazione mentale. La manipolazione mentale è un modo aggressivo e spesso invasivo di usare gli strumenti della persuasione e implica l'uso di violenza sia psicologica che fisica. È un modo per far fare qualcosa a qualcuno, contro la sua volontà. La manipolazione mentale utilizza strumenti psicologici ma, soprattutto, fisici e chimici (persuasione coercitiva, brainwashing, droghe, isolamento, umiliazione, etc). La manipolazione mentale, fuori da un processo meramente educativo, si presenta come una comunicazione da cui difendersi; spesso anche una comunicazione persuasiva di per sé neutra si può esprimere con attacchi così potenti da spingere la vittima a schermirsi e a cercare di proteggersi. Per fare ciò è importante, prima di tutto, conoscere gli aspetti teorici della comunicazione persuasiva e della manipolazione mentale; questa conoscenza sarà la base su cui ogni essere umano potrà implementare tecniche comunicative atte proprio ad evidenziare e depotenziare gli attacchi manipolativi e persuasivi.

Gli strumenti di difesa

Gli strumenti di difesa dalla comunicazione persuasiva e dalla manipolazione si differenziano per le rispettive dimensioni implicate. Tali dimensioni

sono: il coinvolgimento emotivo, il rispetto, l'empatia, la gestione del tempo, il controllo sulla persona, il controllo sulla relazione, gli obiettivi personali.

Il coinvolgimento emotivo

Per quanto riguarda il coinvolgimento emotivo bisogna tener conto di alcuni elementi e strumenti comunicativi. Può succedere che il coinvolgimento emotivo, in una transazione comunicativa, sia correlato con una verticalità della relazione stessa oppure ad un regime di dipendenza molto forte. Una relazione strutturata secondo una gerarchia evidente, può essere arricchita anche da una condizione emotiva molto forte. I diversi ruoli in una gerarchia possono infatti essere legati tra loro grazie ad un flusso emotivo continuo che crei un legame in più tra gli individui, un legame parallelo a quello strutturale gerarchico. Questo legame emotivo può dare energia vitale alla relazione quando è rispettoso e quando agisce lealmente rispetto al raggiungimento degli obiettivi interni alla relazione stessa. Di converso, il legame emotivo può, pur rimanendo parallelo alla relazione gerarchica, avvilupparsi ad essa cambiandone la connotazione e creando una deleteria confusione di ruoli. Uno degli effetti di questa confusione di ruoli, usato evidentemente in modo manipolativo,

è il *ricatto affettivo*. Tale processo relazionale fa parte di quelle relazioni manipolatorie (di coppia, genitori-figli, amicali, ...) in cui, attraverso il senso di colpa, si tiene l'altro legato a sé. Tale legame non risulta dunque fondato sulla spontaneità ma sulla paura di una ritorsione nel momento in cui non venga soddisfatta la richiesta posta dal manipolatore. La connotazione affettiva può essere determinata dalla minaccia di punizione o, ancora più sottilmente, dal preannunciare uno stato di sofferenza psicologica in cui verrebbe a trovarsi il manipolatore se la vittima si sottraesse alla richiesta.

In termini concreti e a scopo difensivo, quando si viene accusati ingiustamente, o al contrario quando si viene esaltati eccessivamente, per iniziare a modificare la consapevolezza di sé, è importante tenere conto se le accuse di cui si è stati fatti oggetto siano fondate o no. Oppure se le lodi, generalmente usate come strumento seduttivo, siano esagerate o se i complimenti non siano gratuiti o ancora, siano fuori contesto. I complimenti sono atti comunicativi che tendono a migliorare la relazione tra due o più individui ma possono avere finalità ingenuie o manipolatorie. Il complimento è ingenuo quando il solo scopo è quello di creare un clima relazionale positivo, affettuoso, che faciliti la relazione; ha un carattere meramente manipola-

torio quando viene usato per vincolare l'altro, ossia quando vi è una richiesta implicita sottostante. La differenza tra un complimento ed una osservazione positiva (o feedback positivo) sta nel fatto che il complimento è generico, vengono omessi i dettagli, o questi mancano di concretezza. Invece, un feedback positivo, o una semplice osservazione su una caratteristica positiva, è focalizzato, può esserne discriminato il dettaglio su cui si focalizza e il modo in cui viene espresso è concreto e non generico. Chiaramente qui non verrà preso in considerazione il giudizio di valore sui singoli atti, ma solo il loro utilizzo. Un esempio di complimento che potrebbe essere inteso come manipolatorio è quando sul lavoro si sta affrontando un argomento tecnico, specialistico, e viene espressa una frase del tipo: «ma quanto sei carina oggi, il vestito che indossi è proprio bello»; nel caso di un gruppo di ricercatori che stia organizzando un esperimento, oppure un gruppo di commercialisti intenti nel valutare alcune nuove normative riguardo la tassazione, oppure avvocati concentrati nel trovare quegli articoli di legge adatti per difendere il proprio cliente, un tale complimento risulterebbe fuori dal contesto. Non che l'autore stia necessariamente mettendo in atto un meccanismo di controllo sull'altro, ma ciò potrebbe voler dire che in qualche modo egli sta

uscendo fuori dal contesto per portare l'attenzione dell'altro su di sé. Anche un complimento ingenuo nasconde una richiesta, anche solo la richiesta di migliorare la relazione, oppure di creare una pausa da un lavoro troppo meccanico e automatico; la risposta a richieste sottintese di questo genere potrebbe essere: «oh! Ma che vuole quello, io continuo a fare il mio lavoro» oppure: «questo è un complimento gratuito. Chissà di cosa ha bisogno, va bene adesso finiamo il lavoro e poi mi informo» oppure: «ho impiegato così tanto tempo a scegliere questo vestito, almeno qualcuno lo apprezza!». In questi casi è preferibile non usare categorie del tipo "*giusto o sbagliato*", "*buono o cattivo*", sarebbe più utile uno schema mentale fondato sul *significato*: «questa comunicazione ha significato all'interno di questo contesto o non ha significato?». Oppure: «rientra nell'obiettivo che stiamo perseguendo o non rientra nell'obiettivo che stiamo perseguendo?». Lo stesso discorso vale nel caso di *accuse infondate*. In questi casi la risposta automatica è di difesa, ossia una risposta tipica di protezione e la miglior protezione che si può mettere in atto è quella di alleanza con il più forte. Se l'aggressore rientra nei parametri dell'individuo "forte" e "potente" l'automatismo sarà quello di allearsi con lui: "sto con te così almeno non mi fai del male". Sempre per quanto ri-

guarda le accuse infondate vi sono diversi scenari, tra questi il fatto che le accuse possano andare avanti e inasprirsi. Le accuse infondate servono a creare una nuova realtà: da fantasia soggettiva possono diventare una realtà oggettiva, e questo stimola una reazione di paura tale da far scegliere l'alleanza col manipolatore essendo presentata come l'unica via di uscita (o per lo meno, la più facile da attuare). Gestire il coinvolgimento emotivo in questo caso significa utilizzare una comunicazione assertiva di tipo introspettivo: identificare i complimenti, cogliere la risonanza interiore e valutarli criticamente; ciò significa, discriminare quanto dei complimenti ricevuti sia reale, quanto realistico, e quanto sia frutto di un giudizio radicalmente esterno (fantasia dell'interlocutore). Nel momento in cui queste operazioni mentali vengono attivate, il ricevente sarà in grado di non dare importanza al complimento, di utilizzarlo come stimolo interno di miglioramento personale (nel momento in cui il ricevente ne riconosce l'utilità per se stesso) e di servirsene come informazione importante sull'emittente.

Per concludere, i complimenti possono essere accettati, ma tenuti in superficie e non introiettati. Lo stesso dicasi per le accuse infondate, le accuse manipolatorie. Se l'accusa fosse reale, ne sarebbero evidenti i dettagli, che facilmente potrebbero

diventare elementi di crescita personale in una situazione simile nel futuro. Se i dettagli mancassero, ciò potrebbe significare che tutta o parte dell'accusa sarebbe infondata. La soluzione è dunque in generale di non allearsi con chi si rapporta con il propri simili ingannevolmente e in modo manipolatorio.

Di seguito verranno illustrati alcuni principi che regolano il coinvolgimento emotivo nelle relazioni e le relative strategie difensive: il vittimismo e l'induzione di senso di colpa.

Il *vittimismo* è un atteggiamento in cui un individuo si descrive o si percepisce nel ruolo di vittima, e nel farlo mette in pratica un comportamento aggressivo. Spesso questo atteggiamento viene svelato da un segnale in particolare: una vittima che non si comporta da vittima. Il vittimismo lavora su due piani differenti a seconda della situazione e a seconda della persona che quella vittima vuole assoggettare. L'aspetto subdolo consiste nel fatto che il manipolatore-vittima può dare l'illusione di concedere il potere alla vittima-carnefice (la vera vittima) per poi assoggettarla ai suoi ordini. La vittima-carnefice crede di avere il potere mentre invece è il manipolatore-vittima che sta creando "il sentiero" e costruisce i muretti lungo tale sentiero in modo che l'altro continui a percor-

rerlo fino a cadere nella trappola, in questo caso il sentiero rappresenta l'illusione del potere.

Un altro atteggiamento da tenere in considerazione è il *sensò di colpa*; quando un individuo, che in un certo ambito non ha la possibilità di aspirare ad un ruolo di potere, si comporta, dalla sua posizione gerarchicamente arretrata, come vittima usando un attacco persuasivo molto forte e molto aggressivo e così creando il senso di colpa negli altri: «tu mi stai facendo del male»; oppure: «tu devi aiutarmi a uscire da questo stato». L'obiettivo che si vuole raggiungere con una comunicazione così forte è quello di bloccare chi è più avanti nella gerarchia, oppure chi è troppo efficiente; più il manipolatore riesce a limitare l'efficienza dell'altro, meno sarà evidenziata la sua inefficienza. Questo fenomeno lo si può ritracciare in ambito lavorativo oppure nella comunicazione di coppia e nella relazione genitori-figli.

Il rispetto

Il rispetto è la credenza nel valore e nelle capacità propri di un individuo, che fanno della persona che abbiamo davanti un individuo a sé (Scilligo, 1991). Ognuno ha infatti delle capacità peculiari e un suo valore e il rispetto è dunque il riconoscimento di quelle capacità nell'altro. Il rispetto può diventare un efficace strumento di difesa utiliz-

zandolo come una griglia interpretativa della realtà contingente verificando in una transazione comunicativa quanto il persuasore (o manipolatore) consideri capace o autonomo il suo interlocutore. Quanto i comunicanti si considerino affettivamente maturi lo si può osservare nella dipendenza affettiva, ma anche nelle famiglie per quanto riguarda l'educazione dei figli, o in una qualsiasi discussione con finalità persuasive.

Il rispetto è uno strumento di difesa anche se usato in verso opposto a quanto detto fino ad ora. Un individuo che si senta vittima di una forzatura mentale o di un attacco persuasivo molto aggressivo può proteggersi riconoscendo nell'aggressore tutte le sue capacità, compresa la responsabilità delle azioni che compie. Ciò implica il riconoscere le capacità e l'intelligenza di chi si sta comportando da persona aggressiva; oppure evidenziare l'incapacità e l'ignoranza di chi si sta dando arie di potenza. Quindi riconoscere di che cosa sia capace l'altro e quale capacità abbia, e poi metterle insieme e incorniciarle in ciò che accade nella realtà contingente. Questa sorta di esercizio mentale dà la possibilità di incorniciare in modo diverso gli eventi, di ridurre la pericolosità ed il relativo senso di allarme interno, ma anche di definire in modo focalizzato l'attacco persuasivo e manipolatorio salvando parte dell'individualità dell'aggressore

senza sminuirne l'attacco. Il rispetto permette di ridurre un attacco persuasivo aggressivo in un attacco persuasivo di bassa efficacia (blando). Questo diventa il vero obiettivo da raggiungere, piuttosto che la distruzione dell'aggressore, poiché affrontare un attacco persuasivo blando permette di rinforzare la capacità di far fronte a futuri attacchi persuasivi. Si tratta di una strategia simile a quella espressa dalla teoria dell'inoculazione di Mc Guire (Mc Guire, Papageorgis, 1961; Mc Guire, 1964; Mc Guire, 1986). In questo caso non vi è sempre la possibilità di criticare la comunicazione persuasiva ricevuta ma, grazie all'analisi interiore fatta per mezzo di una griglia mentale fondata sul *rispetto*, l'effetto protettivo può essere attivato ugualmente. Un ulteriore uso del rispetto come strumento di difesa è il rispetto di sé. Per *rispetto di sé* si intende il riconoscimento dei propri diritti, dei propri bisogni. In pratica, riconoscere le proprie capacità personali (grazie ad una profonda analisi introspettiva), i propri diritti di essere umano ed i propri bisogni, aiuta ad inquadrare meglio l'attacco persuasivo evitandolo in modo costruttivo dal punto di vista delle relazioni. Il rispetto di sé e dell'altro favorisce la cooperazione riducendo i danni dovuti da un eccesso di competizione.

Ancora, il rispetto può essere usato come strategia difensiva verso attacchi manipolatori quando riguarda *l'attribuzione di non causalità* all'agire del manipolatore. Spesso, soprattutto quando la vittima non sopporta l'idea che il controllo mentale subito sia reale (situazione che si verifica in particolare quando sussiste un legame affettivo con l'aggressore), si attribuisce agli eventi una cornice di causalità (attribuzione causale esterna) (Aronson, Wilson, Sommers, 2019). Questa spiegazione degli eventi risulta piuttosto superficiale ma molto efficace per placare la sensazione di paura. Spesso succede proprio quando la vittima sia bloccata dalle responsabilità soverchianti attribuitegli dal locus di controllo esterno dell'aggressore. Se si vuole riconoscere e affrontare un attacco persuasivo aggressivo bisognerebbe dunque fare l'opposto, ossia riconoscere quando l'altro usa il locus di controllo esterno sapendo che il locus di controllo esterno molto spesso cela un desiderio di manipolazione o di controllo mentale sull'altro. Attribuendo in modo perentorio le responsabilità di un evento all'altro (la vittima), responsabilità che oggettivamente potrebbe non avere, vengono attribuite delle causalità alla vittima stessa con conseguenze che possono andare dall'induzione di senso di colpa all'accusa di colpevolezza vera e propria. Quando vengono attribuite a qualcuno frasi

del tipo: «sei una persona sbagliata, sei un incapace» si rasenta il paradosso, poiché non esiste un essere umano sbagliato, casomai vi saranno individui che non abbiano le caratteristiche giuste per fare una certa cosa ma capaci di farne altre in modo efficace. Nel contrastare gli attacchi manipolativi di questo tipo è dunque fondamentale fare attenzione all'uso automatico del locus di controllo esterno da parte del manipolatore. Spesso chi detiene un potere può incorrere nell'errore di considerare i suoi sottoposti degli inferiori, trattandoli come accumulatori di errori: il coniuge che sfoga la propria frustrazione sul partner o sui figli, un capo che sfoga i propri fallimenti organizzativi sull'inefficienza dei lavoratori, il politico che si arrabbia pubblicamente inveendo contro la popolazione trattandola come “ragazzini immaturi e disobbedienti”. Tutti questi esempi portano a recrudescenze del malessere, reiterazione degli errori; sono atteggiamenti che esprimono una modalità protettiva difensiva, tesa a nascondere il vero malessere, il vero problema. Le modalità operative di tipo protettivo-difensivo sono opposte a quelle costruttive, si costruisce quando le energie mentali sono disponibili e non utilizzate per rispondere ad un allarme. L'uso continuo del locus di controllo esterno mantiene lo stato di allarme perché comporta la sensazione di non avere il controllo "natu-

rale" della situazione contingente, lasciando nell'individuo che lo mette in atto una sensazione di bassa autoefficacia. Bisogna pertanto fare sempre attenzione quando in una transazione comunicativa è riconoscibile un eccesso di uso del locus di controllo esterno.

L'empatia

Quando parliamo di rispetto difficilmente possiamo sganciarlo dal punto di vista comunicativo da altri due concetti: *l'empatia* e la *cordialità* (Gazda, 1990; Scilligo, 1991). Per empatia si intende la comprensione e il riconoscimento del contenuto espresso in un messaggio e dei sentimenti espressi; quindi non significa soltanto capire cosa stia dicendo l'altro ma cosa stia intimamente esprimendo. Imparando ad utilizzare la comunicazione empatica si può, nella maggior parte delle situazioni, identificare se c'è o qual è la persona manipolatrice in un contesto comunicativo; in pratica, chi è colui che sta forzando gli altri ad aderire alle proprie scelte. Questo è possibile proprio perché si può riconoscere il contenuto del suo messaggio e quello che sta veicolando, individualmente o nel gruppo, come emozioni e sentimenti, e riconoscere quanto l'aspetto affettivo di quel messaggio sia prevalentemente incentrato su di sé e non sul rispetto per l'altro.

Un altro elemento da tenere in considerazione come strumento di difesa in questo ambito è il *sorriso*, quell'espressione facciale che gli esseri umani, solo loro in natura, utilizzano per migliorare la socializzazione e per esprimere in modo indiretto messaggi di non aggressione e di vicinanza affettiva. Il sorriso è un indicatore di *cordialità*; il sorriso (la cordialità in generale) tende a mettere a proprio agio l'altro (Borg, 2009; Ekman, 2011). Generalmente la cordialità permette di far abbassare le difese all'interno delle interazioni comunicative umane. Il manipolatore all'opera è molto spesso in stato di allarme e si aspetta di combattere; la cordialità in questo caso crea un cambiamento di stato, non cambia del tutto la situazione, ma tende a stravolgere le regole comunicative. Tuttavia, sentendosi superiore, il manipolatore attaccherà e si svelerà subito, non appena "la vittima" dimostrerà un atteggiamento cordiale e quindi, agli occhi del manipolatore, debole. In questo modo il manipolatore avrebbe gioco facile nel gestire la situazione, ma così facendo si scoprirà e renderà evidenti le sue strategie. Se invece l'attacco scagliato non fosse particolarmente aggressivo, un atteggiamento cordiale potrebbe destabilizzare l'aggressore, soprattutto perché chi sta tentando di persuadere l'altro è concentrato sulle

risposte di reazione e non sulle risposte di cordialità, agio e accettazione.

Per quanto riguarda l'uso dell'empatia come strumento di difesa un elemento importante è la consapevolezza della distorsione del senso di pietà, della *compassione*. In alcune situazioni particolari la manipolazione è così violenta che provoca nella vittima una reazione di freezing, né fuga, né attacco (Niermann et al., 2018). Quando questi eventi manipolativi diventano vita quotidiana, diventano normalità, la vittima ha il tempo di ragionarci su. Alcune volte sono gli amici o i parenti a spingere la vittima a ragionare sulla situazione, per esempio nella dipendenza affettiva. In questi casi, nell'elaborazione del freezing, il vissuto è di forte dissonanza e la soluzione non potrà non essere la soluzione di tale dissonanza. La teoria di Festinger (1978; 2012) sulla dissonanza cognitiva parte dall'assunto che l'essere umano mira alla coerenza con se stesso. La relazione di dissonanza tra due cognizioni (conoscenze, opinioni, credenze) o una cognizione e un comportamento, genera un disagio che spinge l'individuo a cercare di ristabilire la coerenza modificando l'elemento meno resistente del sistema. La dissonanza aumenta quando l'individuo, dopo aver messo in atto un comportamento, si trova a mutare atteggiamento verso quel comportamento. Poiché l'elemento meno resisten-

te risulterà essere l'atteggiamento, visto che il comportamento è già stato messo in atto, la dissonanza sarà ridotta cambiando i propri atteggiamenti nei confronti del comportamento. Nell'esempio precedente, il dipendente affettivo, una volta che abbia acquisito una consapevolezza nuova sul suo stato psichico e si sia reso conto che il comportamento messo in atto (la dipendenza) non va bene, userà il ragionamento per cambiare l'unico elemento che ancora può essere cambiato: il suo atteggiamento nei confronti del "carnefice". È a questo punto che lo stato di dissonanza viene risolto modificando la risposta di paura in risposta di compassione: il manipolatore ha molti problemi e deve essere aiutato e non può essere lasciato solo. La consapevolezza risultante dall'allenamento all'empatia invece, può identificare realisticamente i vissuti emotivi di vittima e carnefice e discriminare la paura dalla finta compassione, la rabbia dalla richiesta di aiuto. Quindi è fondamentale evitare di provare per forza pietà quando non si è nella situazione adatta a provare pietà: in situazioni di eccessiva aggressività non è la pietà la risposta più protettiva da un punto di vista evolucionistico. La vera pietà è riconoscibile quando è rivolta ad individui più deboli; per esempio, in una situazione altamente aggressiva per pietà non si infierisce sull'avversario battuto.

Ma quando ci si espone ad un attacco e si accetta la spinta verso una decisione non voluta semplicemente per non creare dispiacere all'altro, quella è una risposta di paura. La pietà può essere usata in modo empatico, comprendendo a fondo la situazione ma non per questo facendosi imbrogliare, per di più avendo paura delle minacce conseguenti (velate o no) e scambiando la compassione verso il manipolatore per pietà verso la sua condizione. In quel modo la pietà viene utilizzata semplicemente come una copertura, non sapendo e non capendo quello che prova l'altro mentre sta cercando di manipolare: «provo io per lui quello che vorrei che lui provasse per me; io vorrei tanto che lui avesse pietà di me e mi lasciasse in pace». Esempi del genere possono riguardare un marito violento, come un capo sul lavoro, come un professore all'università, come un operatore di call-center al telefono.

La gestione del tempo

Anche il tempo può diventare un potente strumento di difesa contro attacchi fortemente persuasivi o manipolativi. Per *gestione del tempo* si intende il fermarsi o rallentare, facendo rallentare l'altro, prendere sempre tempo per riflettere su quello che viene chiesto o su quello che viene proposto. L'effetto del prendere il proprio tempo è che nel

momento in cui un individuo rallenta sarà maggiormente consapevole della "spinta" da parte del persuasore o del manipolatore ad affrettarsi. La soluzione è fermare quella fretta, capire qual è la natura di quell'urgenza e analizzare la natura di quell'urgenza: «Perché me lo dici adesso?», «Fra pochi minuti scade questa cosa e me lo dici adesso?». Anche se la richiesta pressante o la costrizione sembrasse qualcosa di appetibile e utile, si può creare un rallentamento nella decisione, analizzando bene la richiesta o soffermandosi sull'analisi del perché una richiesta utile sia stata posta in maniera aggressiva o pressante. Soprattutto, analizzando quale conseguenza può portare a non fare quella certa cosa; il più delle volte la risposta sarà che non cambierebbe niente. La fretta (il senso di urgenza) è legata alla paura in quanto rappresenta una delle espressioni psicologiche della paura (Roelofs, 2017; Nierman et al., 2018). Bisogna pertanto fare attenzione perché sono pochissime, forse quasi non esistono, le volte in cui la fretta sia veramente giustificata o sia veramente utile. Quando si prova un senso di fretta la cosa migliore è dunque rallentare, abbassare la risposta di paura e poi definire il contesto più lucidamente. Una volta analizzata la natura di quell'urgenza si possono rallentare i meccanismi decisionali in proporzione all'urgenza percepita. Più si viene co-

stretti e più bisogna rallentare perché rallentando ci si avvicina di più alle proprie necessità reali; meno si rallenta e più il meccanismo decisionale sarà legato alla paura.

Il controllo sulla persona

Per *controllo sulla persona* non si intende il forzare o limitare una persona, ma la verifica di cosa stia facendo quella persona o di quello che potrebbe avere in mente. Per fare ciò si può mettere in atto un modo di rispondere così poco comprensibile, elusivo, quanto più le domande del manipolatore diventano insistenti, compulsive. Per cui, quanto più un manipolatore diventa aggressivo nel porre delle domande o spingere verso un certo comportamento, tanto più conviene rispondere in modo generico ed elusivo. Questo comportamento risulta efficace perché rallenta il flusso comunicativo del manipolatore e attenua il senso di urgenza derivato da quest'ultimo, ma soprattutto è legato alla caduta di difese della "vittima" che, messa alle strette da una continua ripetizione del messaggio, tende ad accettare e a rispondere a stimoli divenuti familiari (la domanda insistente oppure quel particolare modo di fare ripetuto del manipolatore). Secondo Zajonc uno stimolo ripetuto molte volte viene incluso tra gli stimoli familiari da parte del ricevente (Zajonc, 1968; Jakesh, Carbon,

2012); gli stimoli nuovi vengono interpretati a livello cerebrale come minacciosi, mentre gli stimoli riconoscibili, ossia familiari, superano le difese del ricevente e vengono ritenuti come stimoli importanti. Nel caso della manipolazione mentale non si tratta solo una questione di familiarità, è anche un cedimento della capacità di reazione, della pazienza, e a quel punto si può anche ipotizzare che accettare la richiesta subita sia meno faticoso che vivere il disagio dell'attacco manipolativo. Per uscire da un circolo chiuso di questo tipo bisogna rispondere in modo trasversale, usare una *comunicazione generica* e, se possibile, anche poco comprensibile. La poca comprensibilità, può rendere meno attraente la vittima; oppure può distrarre l'aggressore facendogli dirottare le energie mentali usate per l'attacco manipolativo sulla comprensione della risposta della vittima e sull'elaborazione di un possibile contrattacco. Oppure la poca comprensibilità può stimolare una risposta maggiormente aggressiva che scopra precocemente la strategia ed i fini del manipolatore, mettendo in luce le reali motivazioni di quest'ultimo.

Un'ulteriore strategia difensiva riguarda *l'elusione della domanda*, del discorso, parlando di altro. Può sembrare inizialmente una strategia piuttosto semplicistica e infantile, ma alcune volte crea

quell'utile, breve intervallo per districarsi (fuga) da una situazione difficile dal punto di vista comunicativo.

Un altro strumento di difesa riguarda l'evitamento di un comportamento spesso controproducente: *la sindrome del salvatore*. Evitare cioè di pretendere di aiutare l'altro, di andare incontro all'altro soprattutto quando quell'aiuto non è richiesto, o quando la richiesta è l'opposto. Se l'obiettivo dell'altro è il controllo mentale bisognerà evitare di cadere nella trappola del "gli vado incontro, così forse posso aiutarlo o forse può cambiare modo di fare, forse io posso cambiarlo". La sindrome del salvatore viene messa in atto, per esempio, da un bambino abusato verso l'abusante, oppure da un partner maltrattato (Nazare-Aga, 2008; Rutigliano, Spriano, 2016).

In ultimo, quando è evidente il contesto tipico di una manipolazione mentale in atto, ma non è evidente la figura del manipolatore, oppure che cosa voglia fare o dove voglia arrivare, può essere utile mettere in atto una di quelle strategie comunicative ingenue, di solito correlate ad un basso livello intellettuale, come l'uso di *frasi fatte*. Utilizzare frasi tronche, oppure frasi fatte, non sempre è correlato con l'incomprensione di ciò che accade o con l'incomprensione di cosa voglia fare il manipolatore. L'uso di frasi fatte costringe l'aggressore

a cercare di focalizzare, contestualizzare l'intero discorso e spesso quest'ultimo si troverà senza volerlo a scoprire i suoi fini, gli obiettivi che vuole raggiungere. In questo modo la mèta sarà quella di far scoprire il manipolatore stesso per lasciare che la vittima inizi ad avere potere nella relazione.

Il controllo sulla relazione

Ogni transazione comunicativa crea una relazione. Una delle sensazioni più frequenti di chi è vittima di un attacco persuasivo violento è quello di non avere il controllo sulla relazione che vuol dire non riconoscere cosa stia succedendo. Per riprendere o per avere il controllo sulla relazione e quindi poter rendersi conto di quello che sta succedendo bisogna prima di tutto avere chiaro il *contesto comunicativo* contingente, ossia capire che tipo di persuasione sia in atto in quel momento: diretta, scritta, mediata dal computer, etc. Per quanto concerne la comunicazione mediata da computer, si intende l'email oppure una chat privata, o la comunicazione tramite social media. Ogni strumento che venga usato in ambito comunicativo stimola nella vittima di un attacco persuasivo o manipolativo risposte emotive diverse, per questo è importante avere chiaro che le sensazioni, le emozioni provate, siano contestuali al mezzo di comunicazione che le ha mediate. Que-

sta consapevolezza può sembrare una piccola cosa, ma è un passo verso la presa di coscienza delle proprie emozioni e del contesto da cui esse scaturiscono.

Un'altra strategia per prendere il controllo della relazione riguarda il *porre domande insistenti o ridondanti*. Come già visto precedentemente (dal punto di vista del manipolatore), questo è un modo per avere il potere nella relazione. Quando la vittima si accorge di perdere potere nella relazione può spostarsi dalla posizione di vittima predestinata riprendendosi un po' di potere ponendo domande; non importa quali domande, è la domanda stessa che dà la possibilità di avere un po' più di potere, perfino le domande ridondanti o quelle fuori luogo danno la possibilità di avere un minimo di controllo della relazione. Di fronte ad una domanda, l'automatismo è quello di rispondere oppure di rifiutarla; è la quantità di energia spesa per rifiutare una domanda o per cercare di interpretarla per poi rispondervi che decentra il potere in una relazione.

Proseguendo con gli strumenti di difesa, quando una situazione è ambigua, è opportuno evitare di raccontare *particolari della propria vita*, sia nel caso in cui sia qualcuno che stia facendo domande sia nel caso di un contesto di confessioni pubbliche. È importante evitare, per quanto sia possibi-

le, perché tutto ciò che si dice di personale può essere utilizzato da un manipolatore. È vero anche che con l'esperienza si può imparare, in queste situazioni, a dare informazioni personali utili strategicamente a spostare a piacimento il potere della comunicazione; particolari della propria vita, veri o no, che saranno funzionali al raggiungimento dei propri obiettivi, ma anche che servono per fare fronte ad attacchi manipolativi o fortemente persuasivi.

Per poter avere il controllo sulla relazione è importante anche mantenere un *alto livello di attenzione* sulla relazione stessa e sulle transazioni comunicative. Secondo il modello della probabilità di elaborazione dell'informazione (Petty, Cacioppo, 1986; Petty, Cacioppo, 1996) quanto più il coinvolgimento sull'argomento in discussione sarà alto tanto più l'attenzione individuale sarà massima sul contenuto; ciò significa che stando attenti al contenuto di un messaggio si è più capaci di discriminare gli elementi persuasivi all'interno di quel contenuto. Tanto più l'attenzione sarà alta sul contenuto tanto meno verrà data importanza agli stimoli periferici con alta valenza manipolatoria.

Inoltre, quando si è in una situazione chiaramente di manipolazione bisogna cercare il supporto di altri individui che possano fungere da *testimoni*. Fondamentale è l'attenzione affinché siano testi-

moni veri e non persone preparate ad arte da chi sta mettendo in atto un attacco manipolatorio.

Un'altra strategia utile è *non rispondere alle domande che non siano formulate in modo chiaro*: quando ci si trova in una relazione in cui qualcuno fa domande non chiare evitare di rispondere. Quando viene formulata una mezza richiesta o una richiesta non chiara, quello che ci si aspetta è che la vittima dia delle proprie interpretazioni sulla parte mancante o poco chiara della richiesta; ogni interpretazione racconta qualcosa dell'interprete. La comunicazione suggestiva spesso usa frasi tronche oppure domande poco chiare e la suggestione sta proprio nel far produrre al suggestionato un'ideazione che, cercando di dare un senso logico alla frase incompleta, dia informazioni non filtrate e non protette di sé (Erickson, Rossi, Rossi, 1979; Erickson, 1987). Un modo efficace e semplice per uscire dalla trappola della domanda ambigua, non chiara, è chiedere spiegazioni dirette proprio sulla domanda. Un principio persuasivo di cui bisogna tenere conto in questi frangenti è il *principio di impegno-coerenza*. Secondo questo principio, dopo aver preso una posizione, una persona tenderà ad acconsentire a richieste di comportamento che siano coerenti con quella posizione (Cialdini, 2017, Frauenstein, Flowerday, 2020). Quando una domanda ambigua

non viene spiegata, le risposte che seguiranno saranno solo interpretazioni, per cui, per il principio di impegno coerenza, rispondere in modo automatico (da parte della vittima) vorrà dire essere già dentro la trappola persuasiva, perché la risposta farà riferimento ad una domanda creatasi nella mente di chi risponde, una domanda mai esistita prima.

Si può prendere il controllo della relazione anche imparando a *rifiutare* proposte interessanti, facili, "a portata di mano", ma vincolanti; bisogna imparare a rifiutarle anche ponendo delle condizioni. Fare tuttavia attenzione alle condizioni poste dal rifiuto perché potrebbero essere utilizzate dal manipolatore esperto a suo vantaggio.

Quando una proposta è interessante ma ambigua, si può anche scegliere di accettarla facendosi mettere la stessa in forma scritta; questa soluzione può funzionare come deterrente e qualche volta il manipolatore eviterà di farlo.

L'ultimo strumento in questo ambito non serve a svincolarsi dal ruolo di vittima ma riguarda la possibilità di *evitare di diventare una vittima*. Quando altre persone sono in un contesto persuasivo o in un contesto manipolativo, è opportuno evitare di entrare nel contenzioso, soprattutto quando non è chiara l'identità dei ruoli, oppure quando non è chiara la relazione affettiva esistente.

te tra i contraenti. Per esempio, quando c'è confusione sulle identità tra un genitore e un figlio, tra un capo e il sottoposto; quando c'è una situazione invischiante è utile osservare ma non fare da intermediari, perché facilmente si correrà il rischio di essere attaccati e inevitabilmente essere trasformati in vittime. Quindi è preferibile non fare da intermediari per non diventare vittime di un attacco manipolativo.

Gli obiettivi personali

L'ultima dimensione entro cui considerare la difesa contro la comunicazione persuasiva, o, ancor di più, contro la manipolazione mentale riguarda *la piena considerazione degli obiettivi personali*. Come descritto in un altro studio (Rizzuto, Schietroma, 2021) volgere la propria attenzione sui propri obiettivi di vita aiuta l'individuo a crearsi una scala di priorità da usare come strumento di verifica e controllo ad ogni decisione, ad ogni nuova idea, ad ogni "svolta" nel percorso della propria vita. Ogni essere umano può, nel corso della propria esistenza, cambiare idea, fare scelte o prendere decisioni. Tali scelte, o decisioni, possono essere indotte dagli eventi o da altri esseri umani. Questo non è il problema della persuasione anzi, potrebbe essere proprio questo l'apporto evolutivo della comunicazione persuasi-

va nelle società umane: un arricchimento dall'esterno nelle scelte degli individui. Casomai il problema insorge quando questi cambiamenti decisionali, o di atteggiamenti avvengono contraddicendo i valori individuali, gli obiettivi di vita evolutivamente corretti e legati al benessere individuale. Nel momento in cui tali obiettivi siano chiari e ben definiti essi potranno funzionare come "innesco" e supporto degli strumenti di difesa fin qui presi in considerazione (figura 1). Una comunicazione manipolatoria contrasta e svaluta gli obiettivi personali, è questa svalutazione a fungere da campanello d'allarme e a far scattare la risposta di difesa. Se l'individuo non considera o non rende chiari a se stesso i propri obiettivi di vita, i valori in cui crede, la difesa da un attacco manipolatorio sarà organizzata faticosamente e focalizzata solo sull'emergenza del momento riducendone nei fatti l'efficacia (figura 2). È fondamentale, in questi casi, allenare quotidianamente la propria capacità introspettiva in modo da discriminare gli obiettivi frutto di un'analisi personale profonda, dagli obiettivi nati da motivazioni prevalentemente esterne e di natura euristica. Quindi, la risposta automatica che ogni attacco manipolativo potrà ricevere non sarà istintiva, non sarà un tendenziale evitamento della fatica cognitiva (le euristiche), ma frutto di

analisi introspettiva; ogni strumento di difesa, dopo essere stato supportato e stimolato da essi, si rivelerà in modo circolare una potente protezione degli obiettivi personali di ogni essere umano.

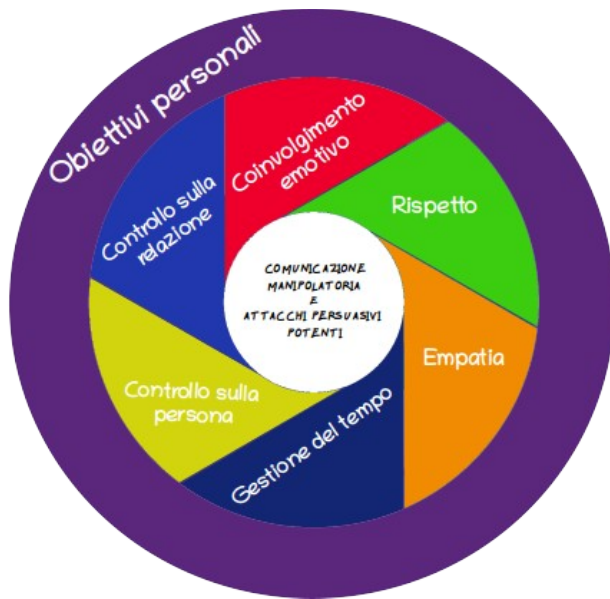


Figura 1 - Attacco manipolativo depotenziato (gli strumenti di difesa operano in sinergia con la consapevolezza degli obiettivi personali. Più gli obiettivi hanno importanza per l'individuo, più la zona viola si espande togliendo spazio alla comunicazione manipolatoria)



Figura 2 - Attacco manipolativo vincente (gli strumenti di difesa sono sotto sfruttati e non sono supportati dagli obiettivi personali).

Per citare questo articolo, il riferimento bibliografico è:

RIZZUTO, M., SCHIETROMA, S. (2021). Strumenti di difesa nei confronti della comunicazione persuasiva e manipolativa. *Piesse* (www.rivistapiesse.it) 7 (3-1).

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AMERIO, P., (2007). *Fondamenti di psicologia sociale*. Bologna: Il Mulino.
- ARONSON, E., (2006). *L'animale sociale*, Milano: Apogeo.
- ARONSON, E., WILSON, T., D., AKERT, R., M., (2006) *Psicologia Sociale*, Bologna: Il Mulino
- ARONSON, E., WILSON, T., D., SOMMERS, S., R., (2019) *Psicologia Sociale*, Bologna: Il Mulino
- ATTILI, G., (2011). *Psicologia sociale*. Bologna: Il Mulino.
- BOCA, S., BOCCHIARO, P., SCAFFIDI ABBATE, C., (2010). *Introduzione alla psicologia sociale*, Bologna: Il Mulino.
- BORG J. (2009), *Il linguaggio del corpo*, Milano : Tecniche Nuove.
- BORG J. (2010), *Persuasione, l'arte di convincere le persone*, Milano : Tecniche Nuove.
- BREHM, J., M., (1966). *A theory of psychological reactance*. New York: Academic Press.
- BROCCOLI, A., (2012), *La comunicazione persuasiva. Retorica, etica, persuasione*. Brescia: Editrice La Scuola.
- BUCHANAN, T., (2020). Why do people spread false information online? The effects of message and viewer characteristics on self-reported likelihood of sharing social media disinformation. *PLOS ONE*, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239666>
- CAVAZZA, N., (2009). *Comunicazione e persuasione*, Bologna: Il Mulino.
- CHAIKEN, S., WOOD, W., EAGLY, A. H., (1996). *Principles of persuasion*. New York: Guilford Press.
- CIALDINI, R., B., (2005), *Le armi della persuasione. Come e perché si finisce col dire di si*, Giunti, Milano.
- CIALDINI, R., B., (2009). *Teoria e pratica della persuasione*. Urgnago: Alessio Roberti Editore.
- CIALDINI, R., B., (2001). The science of persuasion. *Scientific American*, 284, 76-81.

- CIALDINI, R., B., (2017). *Pre-suasione*. Firenze: Giunti.
- CRONKHITE, G. (1978). *La persuasione*. Milano: Franco Angeli.
- EKMAN, P. (2011). *I volti della menzogna*. Firenze: Giunti.
- ERICKSON M. H., ROSSI E. L., ROSSI S. I. (1979). *Tecniche di suggestione ipnotica. Induzione dell'ipnosi clinica e forme di suggestione indiretta*. Roma: Astrolabio.
- ERICKSON M. H. (1987). *La ristrutturazione della vita con l'ipnosi*. Roma: Astrolabio.
- FESTINGER, L. (1978). *Teoria della dissonanza cognitiva*. Milano: Franco Angeli.
- FESTINGER, L. (2012). *Quando la profezia non si avvera*. Bologna: Il Mulino.
- FRAUENSTEIN, E., D., FLOWERDAY, S., (2020). Susceptibility to phishing on social network sites: A personality information processing model. *Computers & Security* 94.
- GARDNER H. (2005). *Cambiare idea: l'arte e la scienza della persuasione*, Milano. Feltrinelli.
- GAZDA, G., M. (1990). *Sviluppo delle relazioni umane*. Roma: IFREP.
- GERGEN K.J., GERGEN, M.M. (1990). *Psicologia sociale*, Bologna: Il Mulino.
- GITOMER J. (2008). *Il libretto verde della persuasione*, Milano, Sperling & Kupfer Ed..
- GOLDSTEIN N. J., MARTIN S. J., CIALDINI R. B. (2010). *50 segreti della scienza della persuasione*, Milano: TEA.
- HASSAN, S., (1999). *Mentalmente liberi*. Roma: Avverbi
- HASSAN, S., (2012). *Freedom of Mind: Helping Loved Ones Leave Controlling People, Cults, and Beliefs*. Freedom of Mind Press.
- HEWSTONE, M., JONAS, K., STROEBE, W., VOCI, A. (2010). *Introduzione alla psicologia sociale*. Bologna: Il Mulino.
- HOVLAND, C. I. & JANIS, I. L. (1959). *Personality and persuasibility*. New Haven (CT): Yale University Press.

- HOVLAND, C. I., JANIS, I. L., & KELLEY, H. H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven (CT): Yale University Press.
- JAKESH, C., CARBON, C.C., (2012). The Mere Exposure Effect in the Domain of Haptics. *PLoS One*, 7(2).
- LA BELLA A., LA BELLA A. (2011). *Convincere e motivare. Scienza e tecnica della persuasione*. Milano: Franco Angeli.
- LIFTON, R. J. (1989). *Thought Reform and the Psychology of Totalism*. Chapel Hill (NC): The University of North Carolina Press.
- LO CASCIO, V. (2009). *Persuadere e convincere oggi. Nuovo manuale dell'argomentazione*. Accademia Universa Press, Città di Castello (PG).
- MASTRONARDI, V. (1998). *Le strategie della comunicazione umana*. Milano, Franco Angeli.
- MCGUIRE, W. J. (1964). Inducing resistance to persuasion: some contemporary approaches, in L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental psychology*, vol. I (pp. 191-229). New York: Academic Press.
- MCGUIRE, W. J. (1986). The vicissitudes of attitudes and similar representational constructs in twentieth century psychology, *European Journal of Social Psychology*, 16, pp. 89-130.
- MCGUIRE, W.J., PAPAGEORGIS, D. (1961). The relative efficacy of various types of prior belief – defense in producing immunity against persuasion, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62, pp. 327-337.
- MIRON A. M., BREHM J. W. (2006). Reactance theory—40 years later. *Z. Sozialpsychol.* 37, 9–18.
- MORCELLINI M., FATELLI G. (2002). *Le scienze della comunicazione*, Roma, Carocci.
- MUCCHI FAINA A. (1996). *L'influenza sociale*, Bologna: Il Mulino.
- NARDONE, G., (2015). *La nobile arte della persuasione*. Milano: Adriano Salani editore
- NAZARE-AGA, I., (2008). *La manipolazione affettiva*, Ed. Libri in tasca.

- NIERMANN, H., FIGNER B., TYBOROWSKA A., CILLESSEN, A., ROELOFS, K., (2018). Investigation of the Stability of Human Freezing-Like Responses to Social Threat From Mid to Late Adolescence . *Frontiers in behavioral Neurosciences*, 12, article 97.
- OFSHE, R. J. (1992). *Coercitive Persuasion and Attitude Change*. Encyclopedia of Sociology Volume 1. New York: Macmillan Publishing Company.
- OLIVERIO FERRARIS, A. (2010). *Chi manipola la tua mente? Vecchi e nuovi persuasori: riconoscerli per difendersi*. Firenze: Giunti.
- PACKARD, V. (1973). *I persuasori occulti*. Torino, Einaudi.
- PETTY R., CACIOPPO J. (1986), *The elaboration likelihood model of persuasion*, Academic Press, New York.
- PETTY R., CACIOPPO J. (1996), *Attitudes and persuasion: classic and conteporary approaches*, Westview, U.S.A.
- PETTY R., WEGENER D. (1999) The elaboration-likelihood model: Current status and controversies. In: Chaiken S, Trope Y, editors. (1999). *Dual process theories in social psychology*. New York :Guilford Press. pp. 41–72.
- PIATTELLI PALMARINI M. (2005), *L'arte di persuadere*, Il Mulino, Bologna.
- PRATKANIS A, ARONSON E. (2003), *L'età della propaganda*, Il Mulino, Bologna.
- RAMPIN M. (2005). *Al gusto di cioccolato: come smascherare i trucchi della manipolazione linguistica*, Firenze, Ponte alle Grazie.
- RAMPIN, M. (2010). *Tecniche di controllo mentale: analisi e contromisure*. Aurelia Edizioni: Treviso.
- RIZZUTO, M., (2018). Le tecniche di persuasione per trasformare dei giovani in cerca di identità in fanatici esaltati. In Marin, M., Kuruvachira (eds.). *Alle radici del fanatismo*. Roma: LAS
- RIZZUTO, M., SCHIETROMA, S., (2021). La comunicazione persuasiva e manipolatoria: analisi degli strumenti di difesa a partire dai principi persuasivi di Robert Cialdini. (*in via di pubblicazione*).

- ROELOFS, K., (2017) Freeze for action: neurobiological mechanisms in animal and human freezing. *Phil. Trans. R. Soc. B* 372: 20160206.
- ROSENBERG, M. J., & HOVLAND, C. J. (1960). *Cognitive, affective and behavioural components of attitude*, in M.J. Rosenberg, C.J. Hovland, W. J. McGuire, R.P. Abelson, J.W. Brehm (eds), *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components* (pp. 112-163). New Haven (CT): Yale University Press.
- ROTTER, B. J. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs. General and Applied*, 80, pp. 1-28.
- ROTTER, B. J. (1990). Internal versus External Control of Reinforcement. *American Psychologist Association*, 45, pp. 489-493.
- RUTIGLIANO E. (2007), *Il linguaggio delle masse*, Edizioni Dedalo, Bari.
- RUTIGLIANO, R., SPRIANO, C., (2016). *Fuori dal fango: la relazione d'aiuto per superare la violenza di genere*. Milano: Franco Angeli.
- SAGARIN, B. J., CIALDINI, R. B., RICE, W. E., & SERNA, S. B. (2002). Dispelling the illusion of invulnerability: The motivations and mechanisms of resistance to persuasion, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 526-541.
- SAITA E., PERGHEM A. (2001), *I linguaggi della persuasione*, I.S.U. Università Cattolica, Milano.
- SCHEIN, E. (1961). *Coercive persuasion: a socio-psychological analysis of the "brainwashing" of American civilian prisoners by the Chinese communists*. New York, Norton.
- SCILLIGO P. F. (1991). *Io e tu: vol I. Parlare, capire e farsi capire*, Roma: IFREP.
- SCILLIGO P. F. (1992). *Io e tu: vol II. Ascoltare, rispondere e cambiare*, Roma: IFREP.
- SHERIF M., HOVLAND Carl I. (1965), *Social judgment. Assimilation and contrast effects in communication and attitude change*, Yale University, U.S.A..
- SMIRAGLIA S. (2009), *La persuasione: orientamenti teorici*, Scripta Web, Napoli.

- TAYLOR, E. (2011). *Programmazione mentale: dal lavaggio del pensiero alla libertà del pensiero*.
Vicenza: Edizioni il Punto d'incontro.
- THALMANN, Y., (2013). *Manipolazione? No , grazie!* Milano: adriano Salani editore
- TONI, A. (2012). *Psicologia della comunicazione. Tra informazione persuasione e cambiamento*,
Milano: LED.
- TRAVERSO, M., M. PARET (2009). *I pilastri della persuasione: vendere, convincere, affascinare*,
Palermo, Anteprima.
- VANNONI, D. (2012), *Manuale di psicologia della comunicazione persuasiva*, Utet Università, Torino.
- VERRASTRO, V. (2007). *Psicologia della comunicazione*. Milano, FrancoAngeli.
- ZAJONC, R.B. (1968). Attitudinal effects on mere exposure, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, pp. 1-27.