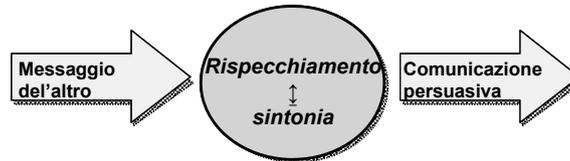


Il modello PNL



***Analizzando il modo in cui una persona parla è possibile scoprire
Il modo in cui categorizza le informazioni e pensa ed adattare di
Conseguenza il proprio modo di comunicare in modo da entrare in sintonia***

- Analizzare il linguaggio
- Individuare i criteri di categorizzazione
- Detrarne gli schemi cognitivi
- Sintonizzare la comunicazione

1

PNL: i modelli mentali



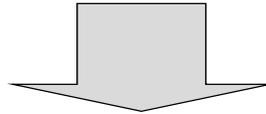
- *I nostri Modelli Mentali rappresentano la "mappa" che ciascuno di noi si è costruito per interpretare e muoversi all'interno della realtà*
- *Ciascuno di noi percepisce la realtà e la codifica secondo una modalità del tutto originale, per metà innata e quindi trasmessaci dai nostri genitori e per metà acquisita attraverso l'esperienza.*

2

PNL: Le mappe cognitive



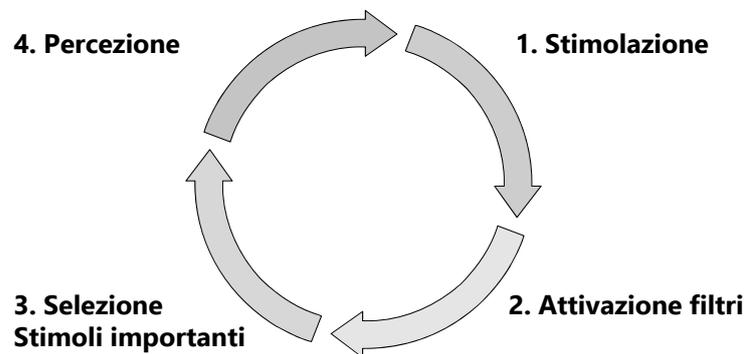
Le nostre Mappe mentali non sono altro che il risultato di una serie di filtri che abbiamo applicato ai dati che ci arrivavano dalla realtà esterna, selezionando di volta le informazioni più importanti.



Alcuni di questi filtri variano da momento a momento e dipendono dal contesto, altri sono stabili e caratteristici.

3

Pnl: Il modello percettivo



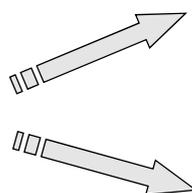
4



PNL: I filtri cognitivi

I filtri cognitivi stabili possono essere classificati in due gruppi:

- ◆ I sistemi sensoriali
- ◆ I metaprogrammi



◆ I sistemi sensoriali (VACOG)

◆ I metaprogrammi (a selezione primaria, funzionale, temporale)

5

PNL: I sistemi sensoriali

Visivo (V)

Uditivo (U)

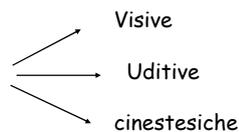
Cinestesico (k)

Il sistema cinestesico raggruppa i tre sensi mancanti negli altri due (olfatto, gusto, tatto)



Ciascuno di noi possiede tutti e tre i filtri, ma da loro un'importanza diversa, è così possibile individuare:

📄 Persone tendenzialmente



6



PNL: I predicati sensoriali

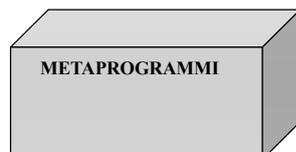
Visivi	Uditivi	Cinestesici
Mostrare	Ascoltare	Toccare
Illustrare	Dire	Vibrare
Chiarire	Esprimersi	Tenere in sospeso
Inquadrare	Sentire	Provare
Esporre	Urlare	Seguire
Immaginare	Armonizzare	Contattare
Mettere a fuoco	Acuto	Caldo
Punto di vista	Grave	Freddo
Chiaro	Sonoro	Ruvido
Evidente	Chiassoso	Morbido
lampante	Silente	Doloroso

7

PNL: gli altri filtri cognitivi I METAPROGRAMMI

Gli altri filtri cognitivi in PNL vengono chiamati metamodelli, perché sono dei modelli al di sopra della capacità di controllo.

E' come dire che nessuno di noi ha la consapevolezza di applicarli.

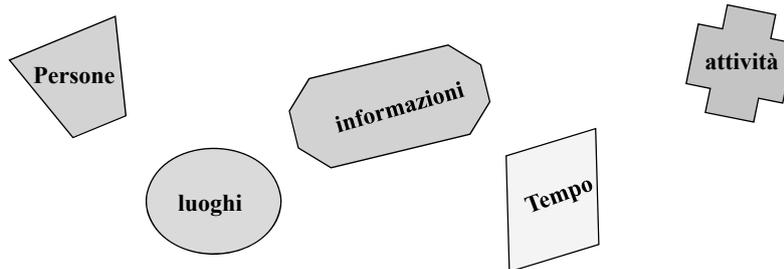


A SELEZIONE PRIMARIA
A SELEZIONE
FUNZIONALE
A SELEZIONE
TEMPORARE

8

PNL: i metaprogrammi A selezione primaria

I meta programmi a selezione primaria indicano su quali aspetti della realtà ci si concentra maggiormente. Questi aspetti saranno maggiormente ripetuti nell'arco delle espressioni linguistiche.



Riuscire ad individuarli ed a rispettarli nel colloquio con l'altro facilita di molto la sintonia e la fiducia.

9

PNL: i metaprogrammi A selezione primaria



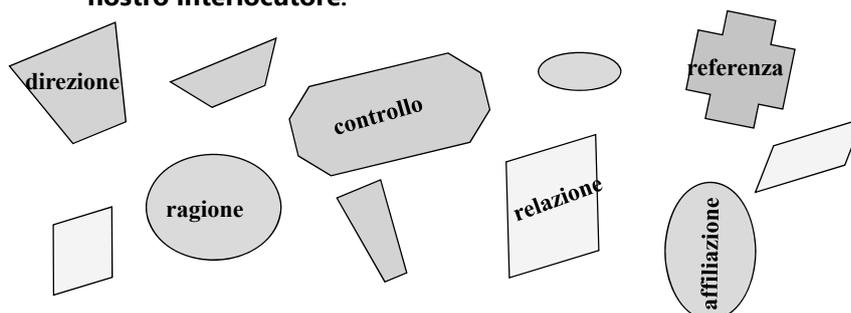
- ◆ **Persone**
 - ◆ Indica la tendenza a prestare attenzione ad esseri umani precisi (Carla, Francesco, Giovanni.....)
- ◆ **Cose**
 - ◆ Identifica la tendenza a prestare attenzione agli oggetti ed alla loro descrizione (posacenere di granito, attaccapanni in legno, telefono nero...)
- ◆ **Luoghi**
 - ◆ Identifica la tendenza a prestare attenzione al luogo o comunque alla collocazione spaziale (vicino S.Pietro, dietro la finestra...)
- ◆ **Informazioni**
 - ◆ Identifica la tendenza a prestare attenzione alle cause che hanno scatenato gli eventi (perché mi piace, visto che pioveva...)
- ◆ **Tempo**
 - ◆ Identifica la tendenza a prestare attenzione ai momenti precisi in cui gli eventi avvengono (il 15 sett., le 12.30, 10 min prima...)
- ◆ **Attività**
 - ◆ Identifica la tendenza a prestare attenzione alle azioni svolte utilizzando molti verbi (ho fatto, diceva, guadagnavo...)

10

PNL: i metaprogrammi A selezione funzionale

I meta programmi a selezione sono filtri più complessi dei precedenti.

Si tratta di alcune dimensioni dicotomiche, si tratta quindi di individuare verso quale dei due estremi si posiziona il nostro interlocutore.



Riuscire ad individuarli ed a rispettarli nel colloquio con l'altro facilita di molto la sintonia e la fiducia.

11

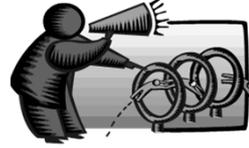
PNL: i metaprogrammi A selezione funzionale



- ◆ **Direzione (verso/lontano da)**
 - ◆ Indica la spinta motivazionale (mi attivo per ottenere un vantaggio o per fuggire da un danno?)
- ◆ **Ragione (possibilità/necessità)**
 - ◆ Identifica un altro aspetto della spinta motivazionale (mi attivo perché posso o perché devo?)
- ◆ **Controllo (reattivo/proattivo)**
 - ◆ Identifica il locus of control (reagisco agli eventi o li anticipo?)
- ◆ **Referenza (interna/esterna)**
 - ◆ Indica i criteri di decisione (per decidere mi affido a ciò che credo io o a ciò che credono gli altri?)
- ◆ **Affiliazione (aggregante/disaggregante)**
 - ◆ Identifica il proprio rapporto rispetto agli altri (preferisco condividere le esperienze o distinguere il tuo dal mio?)

12

PNL: i metaprogrammi A selezione funzionale (continua)



- ◆ **Attenzione (obiettivo/processo)**
 - ◆ Identifica il rapporto col compito e con le attività di svolgere (presto attenzione all'obiettivo o al processo?)
- ◆ **Chunks (grandi/piccoli)**
 - ◆ Indica la quantità di informazioni a cui si presta attenzione (mi preoccupa dei singoli particolari, chunks piccoli, o mi interessano i dati essenziali, chunks grandi?)
- ◆ **Relazione (adeguante/disadeguante)**
 - ◆ Identifica la tendenza a prestare attenzione alle similitudini o alle differenze tra due oggetti o due eventi (siamo uguali o diversi?)

13

PNL: i metaprogrammi A selezione temporale

I metaprogrammi a selezione temporale indicano il nostro rapporto con il tempo. Essi sono tre:



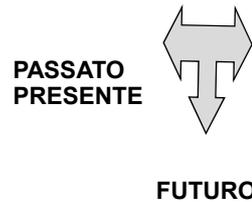
- ◆ Tempo preferenziale
- ◆ Tipo di controllo percepito
- ◆ Atteggiamento nei confronti del futuro



14

PNL: Il tempo preferenziale

Ognuno di noi tende a concentrarsi
fondamentalmente su un periodo
temporale ed attraverso esso
interpreta gli eventi della realtà



Questo ha delle conseguenze sul modo di vivere
le situazioni della vita .

15

PNL: Tipo di controllo percepito

• **ATTIVO**  *SI E' CONVINTI DI ESSERE IN GRADO DI
DOMINARE IL TEMPO.*

• **PASSIVO**  *SI E' CONVINTI DI ESSERE DOMINATI DAL
TEMPO*



16

PNL: ATTEGGIAMENTO VERSO IL FUTURO

- **URBANO**  *La persona vive il qui ed ora non preoccupandosi del futuro, tanto al momento opportuno si cecherà la soluzione ottimale: il futuro è in continua evoluzione e non è controllabile.*
- **RURALE**  *La persona vive il futuro come regolato dalle azioni dell'oggi (un po' come i contadini: "posso raccogliere solo se prima ho seminato"), è opportuno quindi predisporre per tempo le attività.*

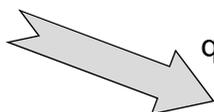


17

PNL: Il ricalco

Saper individuare i metaprogrammi di chi ci è di fronte e sapervi adattare serve per facilitare la relazione con l'altro.

Il ricalco è la tecnica che ci consente di "adattarci" al nostro interlocutore. Ricalcare qualcuno vuol dire calibrare il proprio comportamento ed il proprio modo di comunicare a quello dell'altro.



questo permette di:

- entrare più facilmente in sintonia
- favorire la disponibilità dell'altro
- facilitare l'accettazione del messaggio



18

PNL: Il ricalco



Il ricalco può essere svolto in due modalità diverse. E' chiaro che maggiore efficacia si ha se le due modalità avvengono in contemporanea:

verbale



adattandosi quanto più possibile ai termini, i toni, i metaprogrammi, le hot words

Fisico



adattandosi e "ricopiando" la sua gestualità e i suoi movimenti

Le credenze

Come abbiamo già verificato analizzando il metamodello, la realtà oggettiva esiste solo teoricamente, poiché nel momento stesso in cui avviene la percezione ciascuno utilizza i propri filtri e le proprie esperienze per decodificarla in modo assolutamente soggettivo



Per fare tali trasformazioni la nostra mente utilizza, oltre ai filtri fisiologici, tre strumenti:



la generalizzazione, la cancellazione e la deformazione

il cui scopo è costruire delle Euristiche mentali che facilitino la navigazione nel mare di informazioni che ci bombardano

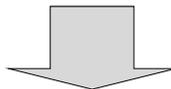
1

Le credenze

La credenza è il risultato soprattutto del processo di generalizzazione che crea delle “verità assolute” che condizionano la lettura degli eventi del mondo



Le generalizzazioni di per se sono un processo positivo che ci consente di condurre una vita più semplice senza dover mettere in discussione tutto ogni volta

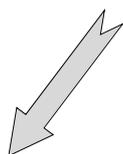


Il guaio si ha quando il soggetto opera delle generalizzazioni negative che diventano depotenzianti per la propria vita (es”non sono portato per la matematica” “i veri amici non esistono” “non si può mai stare tranquilli, dopo un evento bello potrebbe capitare una catastrofe”)

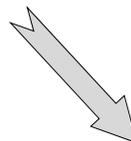
2

Le credenze

Le credenze, infatti, costituiscono in definitiva ciò che ciascuno di noi crede essere vero o essere falso e derivano da interpretazioni soggettive di eventi o azioni. Esse quindi possono essere:



Positive o potenzianti
Ad esempio l'effetto placebo



negative o depotenzianti
ad esempio la profezia che si autoavvera

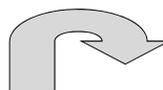
In ogni caso il primo passo per la loro gestione e, se necessario, modifica è consapevolizzare che esistono, che le abbiamo create noi e che non sono oggettive, quindi non definibili in alcun modo come vere o false.

3

Le credenze



Poiché le nostre credenze nascono e si nutrono delle personali interpretazioni su eventi ed esperienze del passato, il rischio è che ci limitino l'utilizzo di risorse anche per eventi futuri, attraverso un processo che viene definito (dai comportamentisti) generalizzazione della risposta:
esempio sci/windsurf



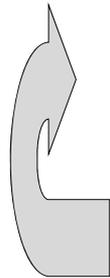
Spesso inoltre si dimentica che ciascuno di noi ha costruito le sue credenze a partire da interpretazioni soggettive spesso non complete della realtà.

4

Le credenze



Le diverse credenze creano spesso un circolo che si intreccia con emozioni, comportamenti e altre letture soggettive dei feedback degli altri generando dei processi autoriverberantesi ed autoconfermantesi.



Il teorico pluralistico Andrews ha proposto la teoria del circuito autorinforzante che possa spiegare il mantenersi di molte patologie e disturbi di personalità

5

Le credenze

Proviamo ad individuare almeno 10 credenze depotenzianti e troviamone la sostituzione più funzionale, sia di quelle che riguardano le macro aree (la vita, il futuro, il destino, l'amicizia, l'amore...) che di quelle relative a micro aree (abitudini quotidiane, rituali..)



6

Le credenze depotenzianti

Secondo Robert Dilts le credenze depotenzianti possono essere raggruppate in tre grosse categorie:

- 1) **Mancanza di speranza=(o non aspettativa di risultato) ovvero credenze secondo cui l'obiettivo desiderato sia irraggiungibile a prescindere dalle proprie capacità.**
- 2) **Mancanza di aiuto=(o non aspettativa di efficacia) ovvero credenze secondo cui l'obiettivo desiderato è possibile ma non si hanno le capacità o il sostegno per poterlo raggiungere.**
- 3) **Mancanza di valore=(o autosvalutazione) ovvero credenze secondo cui non si è degni di meritare il raggiungimento dell'obiettivo desiderato**



7

L'origine delle credenze



Le fonti di origine delle credenze sono sostanzialmente tre:

- 1) **eventi= in PNL si suol dire che il nostro cervello è un magnifico creatore di coincidenze che tende ad associare continuamente eventi ed elementi di altra natura correlati con un alto valore emotivo**
- 2) **Azioni e risultati delle azioni= dalle nostre azioni e dai risultati che ne conseguono possono derivarne interpretazioni generalizzate così convincenti da generare una credenza**
- 3) **Influenza ambientale= il contesto ambientale e i messaggi che ci arrivano dai genitori, insegnanti, pari. Si tratta sicuramente di una delle fonti più efficace e drammatica**

Il film "Forrest gump" è una perfetta parodia delle conseguenze positive di credenze potenzianti (il messaggio trasmesso dalla madre al protagonista era infatti: "sei uguale a ogni altro bambino; stupido è chi lo stupido fa!")

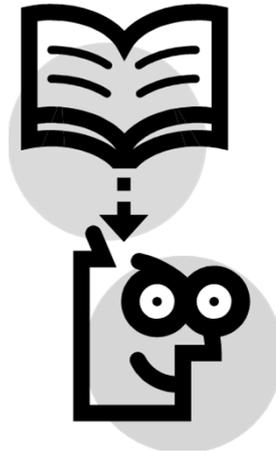
8

Modificare le credenze

Inutile dire che le credenze depotenzianti vanno modificate se vogliamo aiutare la persona a vivere meglio.

Per poterlo fare esistono diverse tecniche:

- La confutazione
- L'integrazione
- Il film comportamentale



9

la confutazione

Si tratta di una tecnica di derivazione cognitivo comportamentale e consiste nell'applicare il metamodello alle credenze del soggetto aiutandolo attraverso l'uso delle domande metamodello a destrutturare le generalizzazioni, le cancellazioni e le distorsioni che stanno alla base della costruzione della credenza:



nome non specifico
 verbo non specifico
 paragone
 operatori modali di possibilità
 operatori modali di necessità
 quantificatori universali...ecc.



10

L'integrazione



E' utilizzabile soprattutto quando il soggetto sperimenta dei conflitti interni tra diverse credenze (manifestati linguisticamente da espressioni come "non so esattamente cosa mi succede ma...", "può suonare strano ma...", "logicamente so che non è vero ma...") e consiste attraverso tecniche di sostegno, di visualizzazione, di modelling nell'aiutare il soggetto a integrare le diverse visioni del mondo e quindi le diverse parti di sé, ricreando all'interno della relazione un luogo di re-imprinting



11

Il film comportamentale



Si usa in tutte le situazioni in cui la credenza disfunzionale impedisce la messa in atto di uno specifico comportamento (fobie). Consiste in una tecnica di visualizzazione simile al feedforward cinematografico: attraverso step successivi si accompagna la persona ad osservarsi mentre mette in atto il comportamento ancora non in grado di svolgere, aiutandolo ad individuare le correzioni successive e le variabili di supporto.

Attraverso la ripetizione del comportamento visualizzato si agisce a livello delle connessioni



...ali (il cervello non differenzia tra fantasia e realtà) fino ad intaccare la sottostante credenza

12

Il film comportamentale



- 1) Scegli un comportamento che non sei in grado di svolgere e individua il contesto, la situazione ed il risultato
- 2) Immagina di vedere te stesso che sta mettendo in atto quel comportamento. Guarda il video, poi riavvolgi il nastro e rivedi il video un'altra volta apportando le correzioni e i miglioramenti che vuoi (fai attenzione a consapevolizzare le differenti risposte dell'ambiente ogni volta che migliori la performance)
- 3) Riavvolgi il nastro e ripeti il processo tutte le volte necessarie ad ottenere una performance che ritieni perfetta
- 4) Immagina di entrare nel video (se non ce la fai immagina di guardare le tue mani) e prova a rimettere in atto il comportamento in prima persona, sentendo con la tua pelle, guardando con i tuoi occhi e rimanendo consapevole di ciò che provi mentre ti comporti in questo modo



5) riavvolgi il nastro, rientra nel video e rimetti in atto il comportamento facendo tutti gli aggiustamenti che desideri alla tua postura, ai tuoi gesti, al tono di voce alle tue parole...

6) ripeti l'esperienza tutte le volte che servono affinché il risultato non sia perfetto per te

13

Il film comportamentale



- 7) Ripeti ancora l'esperienza consapevolizzando l'emozione che provi nell'essere in grado di svolgere, adesso, il comportamento che volevi, in modo perfetto
- 8) Adesso che sai mettere perfettamente in atto il comportamento e che sai come ci si sente, inizia ad immaginare alcuni contesti e alcune situazioni in cui vorresti ri-metterlo in atto
- 9) Scegli una di queste situazioni e rimetti in atto il comportamento, ripetendolo più volte finché non fai tutti gli aggiustamenti necessari a renderlo perfetto
- 4) Ora che sai usare perfettamente questo nuovo comportamento cerca di individuare se c'è qualcosa può facilitarti la messa in atto di questo comportamento nelle più svariate situazioni (un suono, un'immagine, un sentimento, qualsiasi cosa



11) quando hai trovato la variabile di supporto immagina di posizionarla in una parte del tuo corpo a portata di mano (toccala). Da adesso in poi saprai di essere in grado di mettere in atto questo nuovo comportamento e saprai di poter utilizzare tutte le volte che vuoi il tuo supporto, perché tu sai dove si trova.

14

il cambiamento...

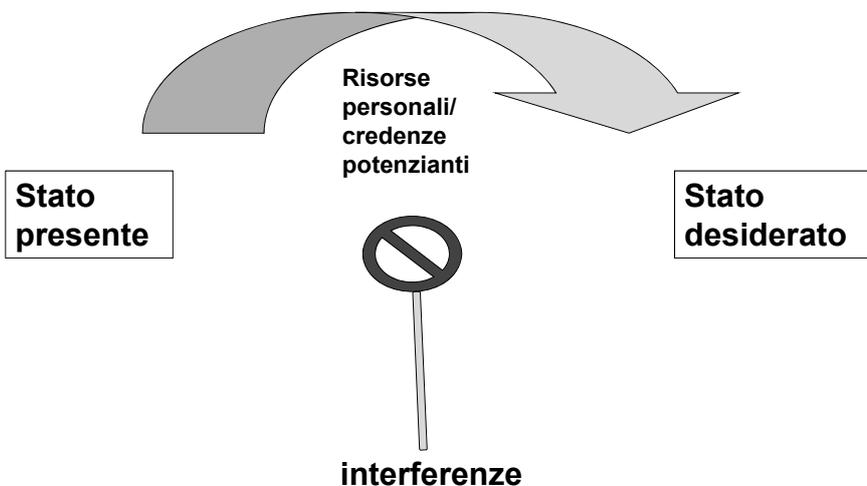


In ogni caso, dice Dilts, che per poter cambiare occorre **volere** cambiare, **saper come fare** a cambiare e soprattutto **credere** che sia possibile farlo!

Per lui il cambiamento consiste nel passare da uno stato presente disfunzionale, attraverso l'utilizzo delle proprie risorse (liberate dalle credenze limitanti), ad uno stato desiderato, superando tutte le interferenze (interne e esterne) che si frappongono tra il primo e il secondo

15

il cambiamento...



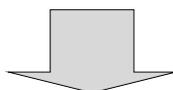
16

I valori

Le credenze non sono sufficienti da sole a filtrare la ricchezza delle esperienze. Un altro filtro fondamentale sono i valori. Essi rappresentano gli impulsi che ci spingono in direzione di qualcosa o che ce ne allontanano



Se le credenze ci danno informazioni su ciò che è vero o falso, i valori ci dicono cosa è importante per noi



Dal punto di vista linguistico si tratta di nominalizzazioni (trasformazioni linguistiche per cui un processo dinamico, ad es. “decidere”, viene cristallizzato in un sostantivo che contiene l'intero processo, ad es. “la decisione”).

17

I valori

Perché avete deciso di fare il lavoro che fate?
Dietro ogni scelta, ogni azione, ogni comportamento si cela la spinta propulsiva di un valore particolare (il successo, la famiglia, il denaro....)



Inoltre ci consentono la funzione di giudizio, aiutando a stabilire ciò che è bene e ciò che è male, ciò che è giusto da ciò che ingiusto, ciò che è adeguato da ciò che è inadeguato



Anche questi però sono del tutto soggettivi e influenzati dal contesto, paradossalmente, la stessa morale è del tutto soggettiva

18

I valori

Non tutti i valori hanno però la stessa potenza all'interno del sistema filtrante di ogni individuo. Ciascuno ha una sua gerarchia dei valori e soprattutto ne esistono alcuni che stanno sopra a ogni altro. Si tratta dei cosiddetti Top-valori, creatisi durante i periodi critici dello sviluppo e che pongono le basi stesse della personalità dell'individuo e col suo senso di identità



19

nascita dei valori

Rispetto alla nascita dei valori il sociologo americano M.Massey ha elaborato una teoria a partire da tre step critici durante lo sviluppo:

- 1)Periodo dell'imprinting(0-7 anni)=fase in cui si assorbe praticamente come una spugna
- 2)Periodo del modellamento (8-13 anni)= il bambino inizia a essere consapevole che gli altri esseri umani sono diversi tra loro e la pensano in maniera diversa. E' la fase in cui si sceglie un o più idoli da emulare, introiettandone i valori
- 3)Periodo della socializzazione (14-21 anni)=i neoadulti iniziano a raccogliere e formare valori relativi alle relazioni sociali con altri adulti. I top-valori formatesi in età infantile sono ormai stabilizzati e da questo momento in poi solo una significativa esperienza emotiva potrà metterli in discussione e modificarne l'assetto



20

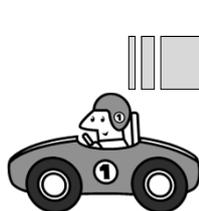
Valori e criteri

I valori tuttavia, di per sé, sono semplici contenitori. Sono nominalizzazioni quindi in assoluto sono parole astratte i cui contenuti sono altrettanto soggettivi come la loro gerarchizzazione.

Ciò che riempie i valori di significato sono i Criteri di soddisfazione del valore stesso.

Molti concorderebbero che nella vita vogliono raggiungere la felicità, ma che cos'è la felicità per ognuno di noi?

I criteri consistono in poche parole nell'operativizzazione del termine astratto costituito dal valore



I criteri in poche parole rispondono semplicemente alla domanda: "che cosa deve accadere affinché tu sappia che il valore x è pienamente soddisfatto?"

21

Modificare i valori

Modificare i valori e soprattutto i Top-valori implica un processo lungo e lento all'interno di un ambiente supportivo che funga da modelling e quindi è possibile farlo solo all'interno di un processo di psicoterapia



Questo anche perché la maggior parte di ciascuno di essi è costituito da componenti inconsce ed ancorate ad esperienze profonde della vita del soggetto.

22

Coaching

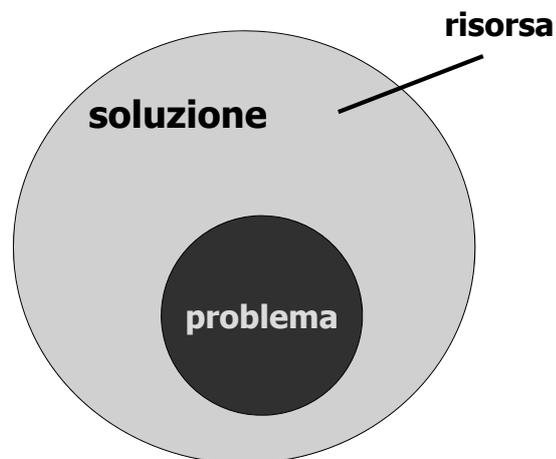
*Problem solving, metafore e
posizioni percettive*

Salvatore La Fata

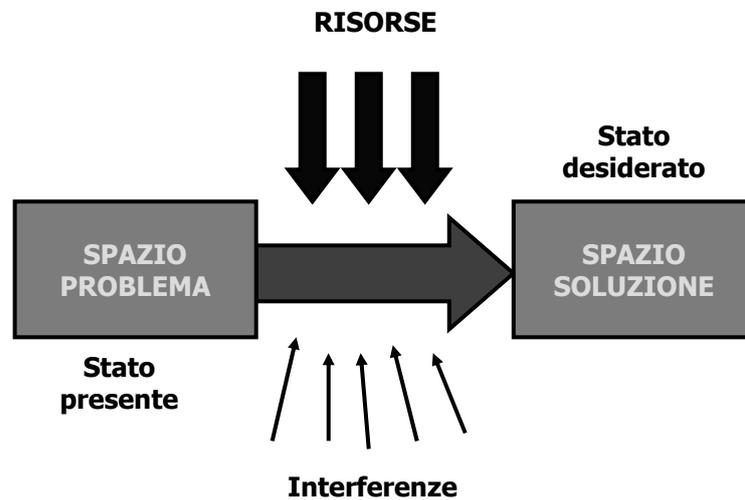


Che cos'è il problem solving?

Per la PNL il
problema si
trova
all'interno dello
spazio
soluzione



Il modello del problem solving



Pillole per pensare ...

Ma... come
definiamo lo
spazio
soluzione?



La mappa
non è il
territorio

Ovvero: noi non conosciamo la realtà (= il territorio) ma creiamo una sua rappresentazione (= mappa) funzionale ad orientarci all'interno della realtà stessa.

I numeri da ricordare...



12 55 86 41 34 75 92 67 25 81 53

L'ambito percettivo

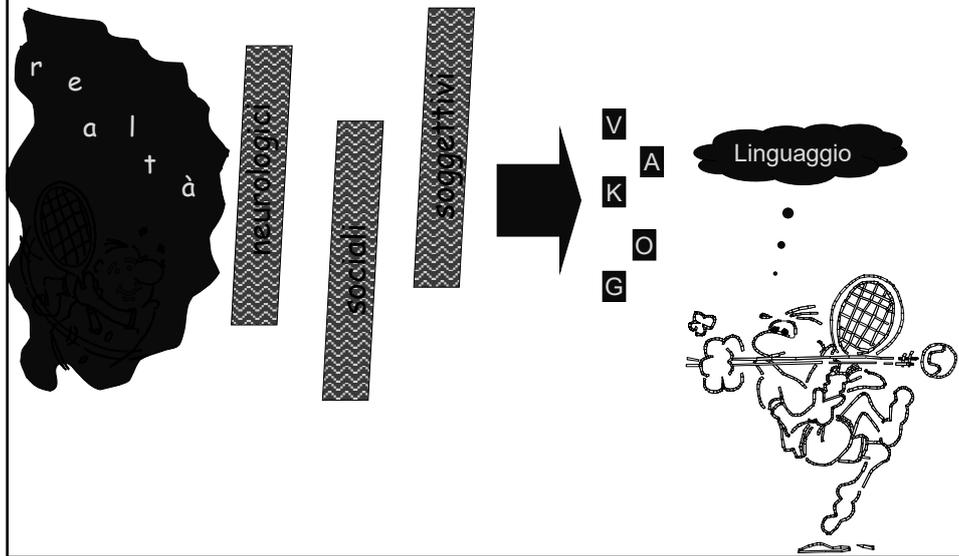
Regola di Miller

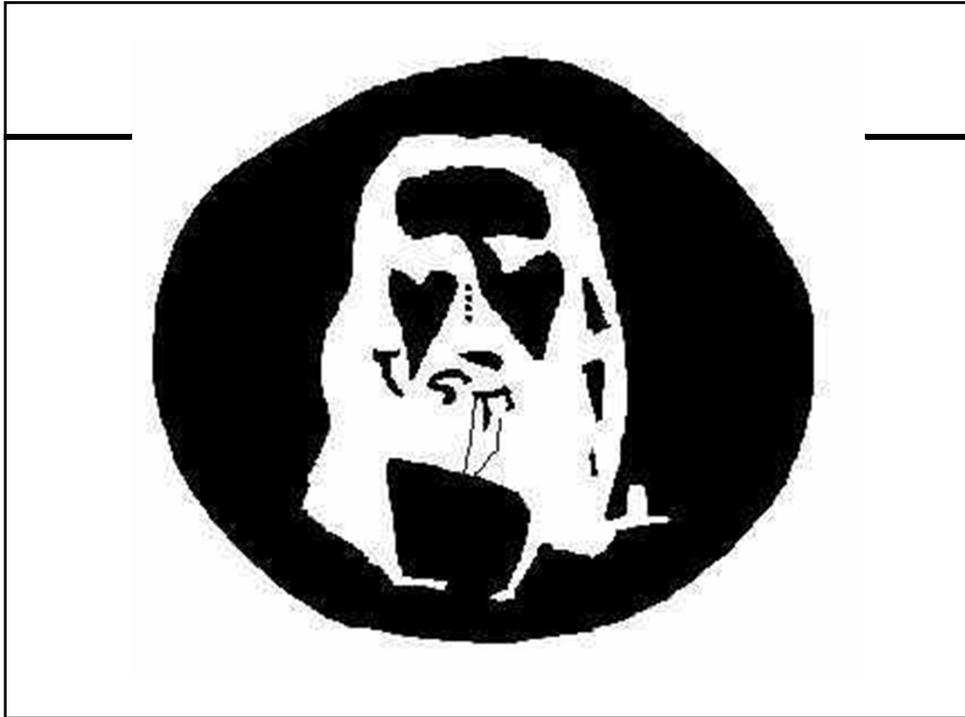
**Inconsciamente riceviamo 2-3 mila informazioni
per ogni infinitesima unità di tempo,**

MA

**gli esseri umani, in media, possono "maneggiare"
consciamente e contemporaneamente solo da
 7 ± 2 chunk di informazioni.**

La costruzione della mappa

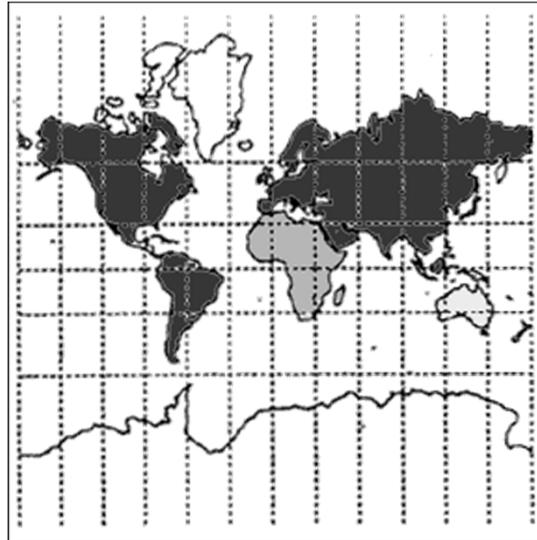




Pronuncia il colore e non la parola...

BLU	ARANCIONE	GIALLO
VERDE	NERO	VIOLA
ROSSO	GIALLO	VERDE
NERO	BLU	ARANCIONE
VIOLA	ROSSO	GIALLO
VERDE	ARANCIONE	NERO

La mappa di Mercatore



La mappa di Peters



Pillole per pensare ...

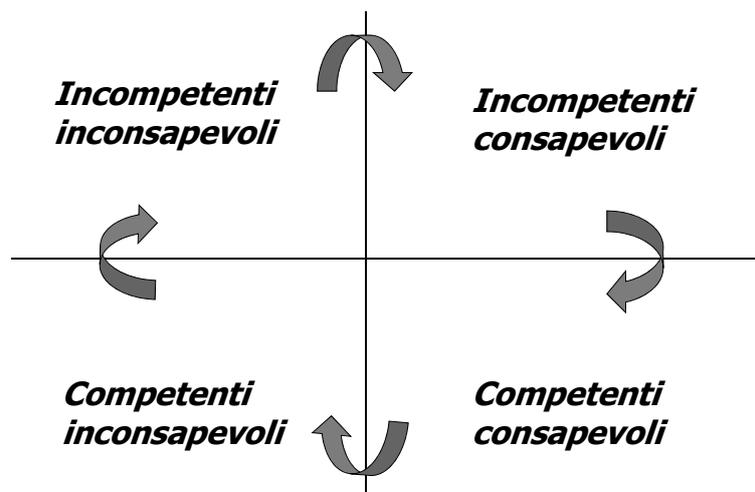
"Vorrei vedere le cose in modo diverso, ma..."



Per apprendere ad apprendere, bisogna diventare consapevoli dei propri modelli mentali

Ovvero: ognuno ha una propria mappa e solo diventandone consapevole può decidere di uscirne e cambiare schema.

Circuito base dell'apprendimento



Pillole per pensare

"Ma cos'è, in fondo, un problema?"



I problemi esistono solo nella misura in cui noi li inventiamo

Ovvero: non esiste il problema in sé senza osservatore. Il problema è una conclusione personale e soggettiva che "le cose non sono come dovrebbero". (Simon)

- Quale è la somma di tutti i numeri da 1 a 100 ?

- Avete un minuto e mezzo per assommare mentalmente tutti i numeri da 1 a 100
- $1+2=(3)$ " $(3)+3=(6)$ " $(6)+4=(10)$ ecc. ecc.
- Come il piccolo Gauss, all'età di sette anni arrivò così velocemente alla soluzione del problema:

La soluzione è 5050. Gauss aveva "invertito la marcia, dicendosi: "siamo davanti ad una lunga serie di cifre. Il primo e l'ultimo numero assommati (100+1) danno 101, così come 2+99 danno 101 e anche 3+98 danno ancora 101. Quindi mi trovo davanti a cinquanta paia di numeri che danno tutti 101. È più rapido moltiplicare 50 X 101 ed il risultato è 5050."

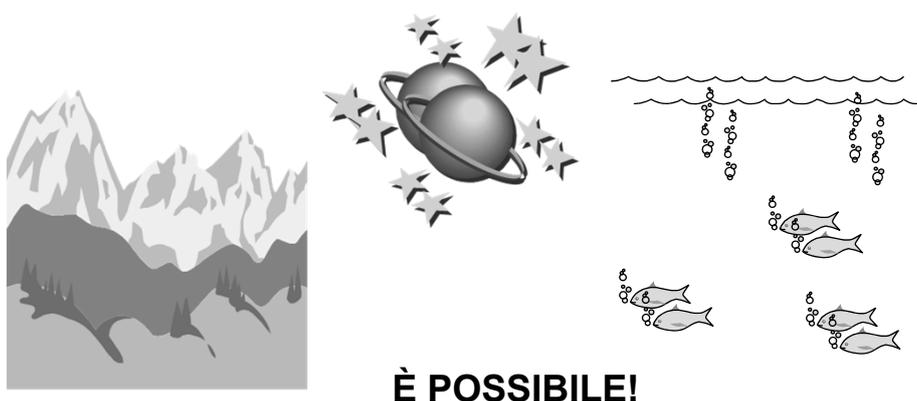
Ampliare il campo percettivo

- Ci sono tre persone che lasciano cadere un pezzo di legno dalla mano. Alla prima persona il pezzo di legno cade in terra, alla seconda il pezzo di legno sale verso l'alto ed alla terza il legno resta esattamente dov'era.

COME È POSSIBILE?



Ampliare il campo percettivo



I modelli di risposta

**MODELLO
REATTIVO**

STIMOLO

RISPOSTA

**MODELLO
PROATTIVO**

STIMOLO

**LIBERTÀ
DI SCELTA**

RISPOSTA

Auto
consapevolezza

Immaginazione

Volontà
autonoma

Coscienza

Immagine del sé

➔ E' la foto o ritratto mentale di se stessi

➔ Corrisponde alle relative capacità
(stabilisce i limiti dell'individuo)

➔ Viene modificata dall'esperienza ↙ reale
↘ sintetica



*Noi agiamo **COME** il genere di persona che crediamo di essere. Le nostre esperienze rinforzano tale immagine, che diventa "oggettiva".*

I nostri sentimenti, comportamenti e capacità derivano da tale immagine.

Le strategie di decisione

➔ **1. Ottimizzazione o strategia degli algoritmi**

➔ **2. Euristiche**

➔ **2. induzione/deduzione**

➔ **3. Incrementali**

➔ **4. Cibernetiche**

➔ **5. Casuali**

La strategia di ottimizzazione

Modello razionale che ricerca l'alternativa ottimale, secondo procedure costituite da passaggi precisi ripetibili (algoritmi)

Funziona in caso di:

- ➔ **obiettivi perfettamente chiari e definiti (per la persona, per l'organizzazione e nel tempo)**
- ➔ **disponibilità di tutte le informazioni necessarie (su alternative e probabilità) per la definizione della scelta migliore (quella di massima utilità)**
- ➔ **disponibilità di tempo**

La strategia di ottimizzazione

Modello formalmente corretto, ma poco utilizzabile nei contesti reali in cui, invece:

- **esistono obiettivi discordanti o instabili**
- **esistono limiti cognitivi di attenzione, memoria, capacità di calcolo**
- **l'informazione ha un costo difficilmente stimabile**
- **esiste un limite di tempo**

Inoltre, si basa su assunti soggettivi quali:

- **UTILITA'** (definita da valori e preferenze)
- **PROBABILITA'** (influenzata dalle credenze)

La strategia di induzione/deduzione

Per step:

nel primo caso si parte dallo stato finale desiderato e si risale in su fino a trovare una soluzione

Nel secondo si parte dallo stato iniziale problematico e si procede in avanti fino a trovare una soluzione

Entrambi i metodi:

- **richiedono molto tempo**
- **non sempre si hanno a disposizione tutti i dati necessari**

La strategia euristica

Modello a razionalità limitata basata su scorciatoie mentali

Funziona in caso di:

-  **obiettivi conflittuali e non misurabili oggettivamente (molteplicità dei decisori o delle preferenze individuali)**
-  **rischi non valutabili con la probabilità oggettiva**

E' un processo che si struttura in itinere, tramite:

- **un'accurata analisi preliminare**
- **successivi tentativi ed errori**

Le strategie non razionali

- ➡ **La strategia incrementale si basa sull'esperienza passata, sull'imitazione, prescindendo dall'analisi degli obiettivi e dei rischi.
Si muove in una direzione per piccoli passi.**
- ➡ **La strategia cibernetica si basa sul meccanismo del rinforzo: vengono reiterate le azioni che hanno funzionato e vengono abbandonate quelle rivelatisi inefficaci.**
- ➡ **La strategia casuale si basa sul caso.**

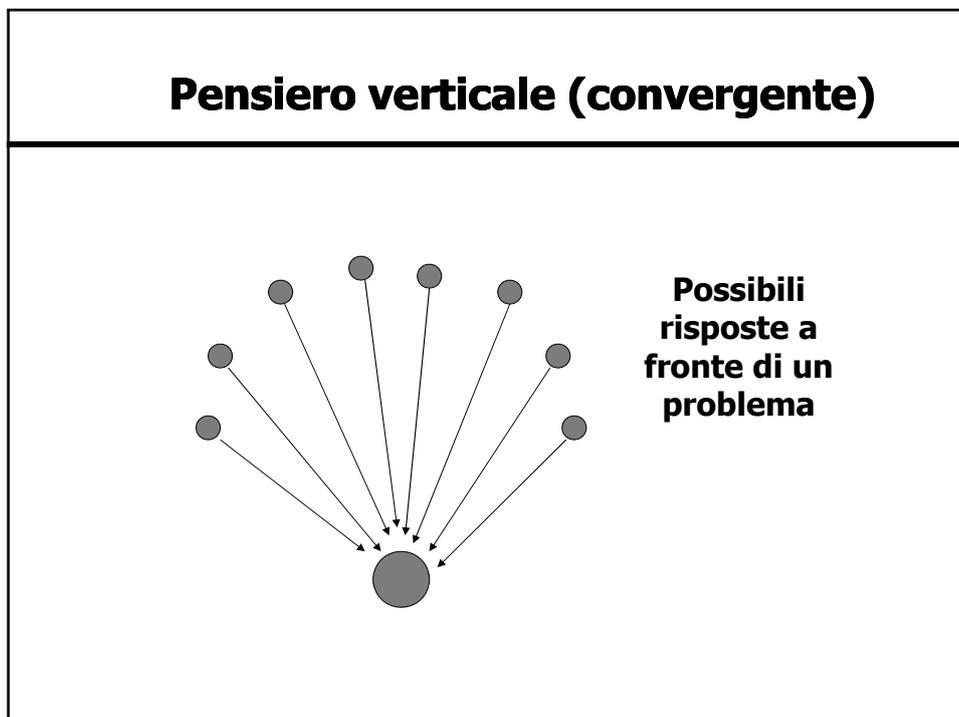
I principali meccanismi di distorsione nell'analisi e problem solving

- ➡ **La dissonanza cognitiva di Festinger**
- ➡ **Il marcatore somatico di Damasio**

La ristrutturazione



Pensiero verticale (convergente)



Pillole per pensare ...

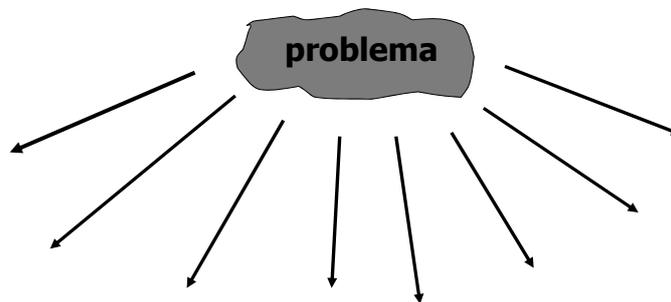
"Non ho le risorse..."



Se non puoi fare niente,
che cosa puoi fare?

Ovvero: ognuno ha dentro di sé le risorse di cui ha bisogno, anche se non ne è consapevole.

Pensiero laterale (divergente)



Possibili ed interessanti
risposte da esplorare

L'insight

Ristrutturazione percettiva del campo!!

- Spesso è preceduto da un periodo di applicazione infruttuosa
- Implica un nuovo modo di vedere il problema
- Arriva non pensando



I sei cappelli per pensare

Metodo di ragionamento inventato da Edward De Bono, ha una triplice funzione:

1. Definisce la parte da recitare, senza coinvolgere la nostra identità



2. Focalizza l'attenzione su aspetti diversi, semplificando il pensiero

3. Consente a noi e agli altri di cambiare registro e di invertire la rotta

I sei cappelli per pensare



- bianco** → indica analisi dei dati, raccolta di informazioni. Il pensatore si sforza di essere imparziale ed obiettivo
- verde** → indica creatività, produzione di nuove idee. Il pensatore ricerca alternative, provoca il movimento
- rosso** → indica emotività, sentimenti, intuizioni. Il pensatore non deve mai giustificare le proprie sensazioni
- giallo** → indica gli aspetti positivi e l'ottimismo. Il pensatore è propositivo e costruttivo, ricerca le opportunità
- nero** → indica il senso critico, rileva gli aspetti negativi. Il pensatore mette in evidenza errori di procedura e lacune
- blu** → indica pianificazione, organizzazione e controllo. Il pensatore guida gli altri, riassume il pensiero e dirime le controversie

Le posizioni percettive

Il problem solving e la presa di decisione hanno uno dei propri motori (altri sono le credenze e i valori) nella prospettiva da cui guardiamo il mondo

- **Prima posizione: io con me stesso.** Quella che viviamo quando siamo in pieno contatto con i nostri pensieri, i nostri bisogni, le nostre emozioni.
- **Seconda posizione: io con l'altro.** Quando riesco a sintonizzarmi con lo stato d'animo dell'altro entrando nella sua prospettiva (empatia)
- **Terza posizione: osservatore.** Quando siamo in grado di osservare la situazione dall'esterno senza implicazioni personali
- **Quarta posizione: noi.** Quando l'io non è più solo con se stesso ma si fa abbracciare da una totalità sentendosi parte di un tutto.

Le posizioni percettive

