

BIAS COGNITIVI

Bias di ancoraggio

PAROLE CHIAVE

percezione | influenza | scelta | giudizio



Quando dobbiamo prendere delle decisioni, la nostra mente tende a concentrarsi fortemente sui primi numeri o sulle prime informazioni che riceviamo, anche se non sempre sono i più rilevanti. Questo fenomeno è noto come "Anchoring Bias" (bias di ancoraggio). In altre parole, siamo influenzati dalla "prima impressione" e questo può influenzare le nostre scelte senza che ce ne rendiamo conto.

Il Bias di Ancoraggio è un tipo di distorsione cognitiva in cui riponiamo troppa fiducia nella prima informazione (l'"ancora") che riceviamo e la utilizziamo come riferimento, influenzando tutte le decisioni successive. Il nostro cervello, in pratica, "affoga" nella prima informazione che riceve, anche se altre prove potrebbero suggerire qualcosa di diverso.

"Le prime impressioni, contano?"

Immagina di entrare in un negozio e vedere una maglietta al prezzo di 50 €. Poi noti un'altra maglietta a 30 €. Sembra un vero affare, vero? Ma se prima avessi visto una maglietta al prezzo di 100 €, avresti potuto considerare quella da 30 € un vero affare! Quello che è successo è che il prezzo iniziale di 100 € ha "ancorato" la tua percezione del valore, facendo sembrare il prezzo di 30 € molto più basso di quanto fosse in realtà.



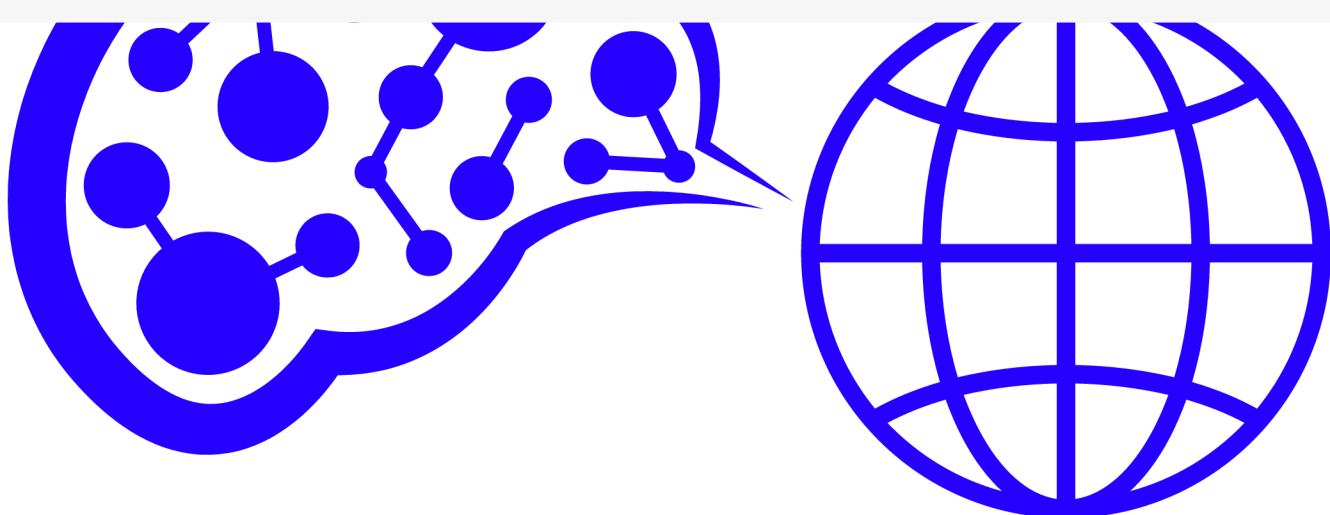
Perché ci caschiamo?

Quando prendiamo decisioni, il nostro cervello cerca scorcatoie per risparmiare energia. Tendiamo ad affidarci alla prima informazione che riceviamo, il che ci aiuta a decidere rapidamente ma non sempre in modo razionale. Il nostro cervello è sovraccarico di informazioni, quindi è più facile aggrapparsi alla prima cosa che vediamo o sentiamo invece di considerare tutte le opzioni.

Ad esempio, immaginate di scorrere i social media e di vedere un post che dice: "Tutti parlano di quanto sia fantastico questo nuovo telefono". Anche se non sapete molto del telefono, potreste pensare che sia il migliore, semplicemente per la prima impressione che vi ha dato. Quel post iniziale crea un punto di riferimento, concentrando la vostra attenzione sulla popolarità del telefono, anche se esistono opzioni migliori o più economiche.

Perché è importante?

Il bias di ancoraggio influisce su molti aspetti della vita, dallo shopping alle decisioni importanti sul lavoro o nelle relazioni. Riconoscendolo, possiamo fare scelte più informate e razionali. Invece di fissarci sulla prima informazione che riceviamo, possiamo ampliare la nostra prospettiva e prendere decisioni basate su un quadro più completo. Ad esempio, nelle trattative, se ci si concentra solo sulla prima offerta fatta, si rischia di perdere un affare migliore. Comprendere questo pregiudizio aiuta a rimanere con i piedi per terra ed evitare di essere influenzati da dettagli irrilevanti.



Come evitarlo?

Per liberarti dal pregiudizio dell'ancoraggio, prova a rallentare e riflettere prima di prendere una decisione. Chiediti: "Queste informazioni iniziali sono davvero le più importanti o sono solo quelle che hanno attirato per prime la mia attenzione?" Essere consapevoli dei pregiudizi è il primo passo, ma il pensiero critico è fondamentale.

Invece di accettare la prima informazione che ricevi, considera prospettive alternative. Metti in discussione l'"ancora" chiedendoti: "Cosa mi sto perdendo? O quali altre opzioni potrebbero esserci che non ho ancora considerato?" Non lasciare che la prima informazione ti blocchi! Mettila in discussione, esplora altre opzioni e farai scelte davvero consapevoli.



BIAS COGNITIVI



Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.



Cofinanziato
dall'Unione europea