



Riccardo Codevilla
Mark L. Miller

Lie to Me



Lie to Me

L'analisi della credibilità per smascherare la disinformazione e rendere le vere campagne ambientali più incisive ed efficaci.

- Introduzione
- Analisi della credibilità
- Una comunicazione ambientale più incisiva ed efficace
- Discussione

L'analisi della credibilità

Riccardo Codevilla



GreenMarked



Cos'è l'Analisi comportamentale

L'analisi comportamentale è una parte essenziale dell'Intelligenza emotiva. È uno dei suoi punti di arrivo più elevati, insieme alla Gestione delle emozioni e il dare una Direzione alla nostra vita.

L'obiettivo dell'Analisi comportamentale NON è dire se la storia che una persona ci sta presentando è Vera o è Falsa, ma fare **un'Analisi della Credibilità** della storia, attraverso i comportamenti della persona.

Quando guardiamo un video/sentiamo una storia NON dobbiamo quindi pensare nella nostra mente «mi sta mentendo?» o «Dove posso trovare i segnali che mi sta mentendo?». Il costante pensiero di sottofondo deve essere invece: «**Questa storia è credibile?**»



GreenMarked



L'Atteggiamento da tenere

Chiedersi se la storia è falsa o cercare gli elementi della menzogna ruba risorse preziose alla nostra Attenzione!

NON dobbiamo quindi focalizzare la nostra Attenzione sul capire se la storia è vera o è falsa, ma valutare se è credibile.

Come? APRENDOCI totalmente all'altro, con genuina curiosità in ciò che dice, con ascolto attivo, e osservando a 360 gradi i 5 canali. NON ne basta 1.



GreenMarked



Le due Regole d'oro

- NON esiste il naso di Pinocchio (NON si può fare affidamento su, non esistono singoli indicatori di menzogna);
- Adotta un approccio guidato dalle ipotesi (Hypothesis driven): può capitare tu non sappia la causa certa di un evento. Considera dunque più ipotesi alla sua origine (almeno 3, di solito). Tieni una mente aperta!

Avvertimento: occhio alla «Me Theory» (il nostro peggior nemico)!



Verità e Menzogna

- La menzogna è....
a deliberate attempt of misleading without prior notification

- La verità è...
a sincere attempt to provide accurate information.



GreenMarked



Due tipi di menzogne

- Omissioni

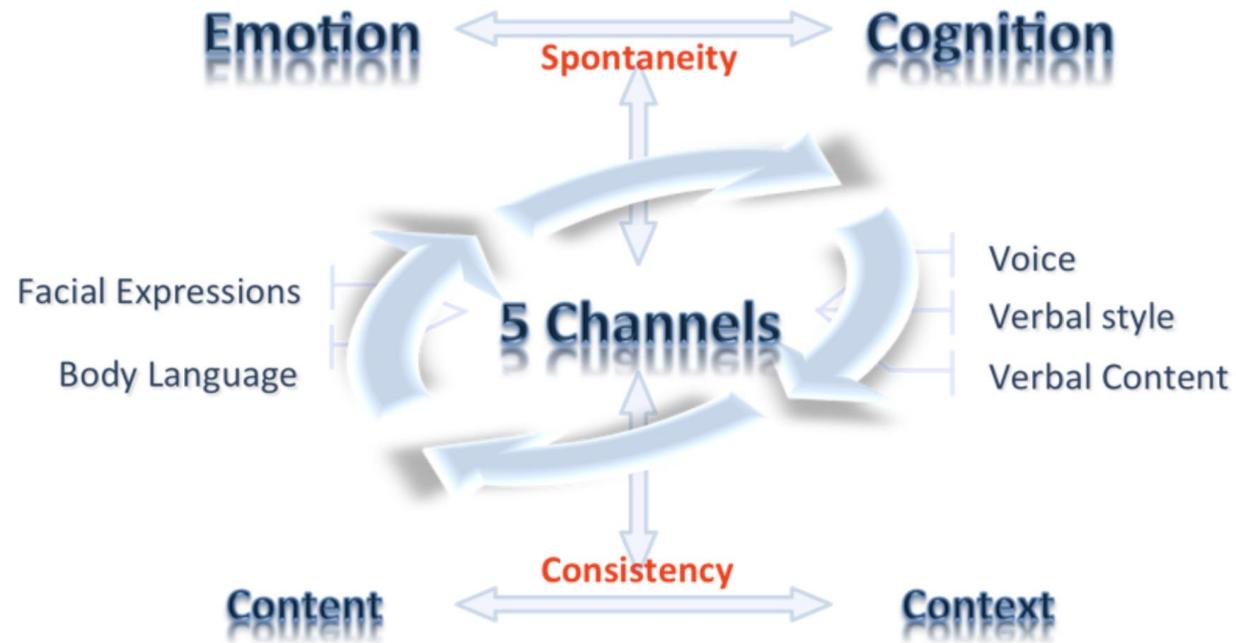
- Alterazioni della realtà



GreenMarked



La base dei 2 Modelli Verità e Menzogna



CONSISTENCY, language of many other professions [judiciary, psychology, arbitrators], and SPONTANEITY.

CBCA – Criteria based content analysis

- COERENZA
- Spontaneità
- Quantità e qualità appropriata di dettagli
- Ancoramento al contesto
- Descrizione interazioni



GreenMarked



COERENZA

- Does it make sense, could it have happened as the person described it. Not whether you believe the statement or not but simply whether it could have occurred in the manner described. This criterion is not particularly important as most lies involve coherent accounts. However, occasionally a description of an event falls apart based on this criterion alone: This occurs when someone describes an event in which they have themselves in two places at once or some similar logical impossibility.



GreenMarked



Spontaneità

- Research has shown that spontaneity is the best single indicator of credibility when analyzing statements. It is also the most difficult criterion to learn to reliably apply. There are 11 references to spontaneity in this procedure and you will recall it is an important feature of our model. It refers to the presence of some 'life' in the manner in which the statement is provided. A spontaneous description is one in which a person can readily answer questions about the event including the ability to move about within the statement, to answer questions about the beginning, then the end, then the middle. It would also include the ability of a person to go backwards through the event. Note the relevance of the work on memory. Research has shown that emotionally disturbed adult rape victims tend to give their account in an unstructured and perhaps incoherent way [Winkel et al 1991]. Other victims [e.g., robbery] may start with the crime then spontaneously introduce other details before moving back to the crime and then away again on another tangent. Some of the later criteria, such as spontaneous corrections and admitting lack of memory, also contribute to the overall spontaneity of the statement.

Quantità e qualità appropriata di dettagli

- This refers to the quality and quantity of detail that the individual has provided in his or her account. Here the word 'appropriate; means that the kind and amount of detail is consistent with the nature of the event, how the person responded to the event at the time, how long ago the event occurred, and how often the person has thought about or talked about the event between its occurrence and the interview. In other words, this criterion involves what we covered on memory. Soppe (1995) suggests that if asked to elaborate a victim/witness is likely to provide more information.



Ancoramento al contesto

- This criterion refers to the fact that statements based on experience are typically woven into the fabric of everyday life. Thus, a true account will include some information about time and place. Typically, this information is not about dates or addresses, but rather a subjective sense of time and place. Thus, the interviewee may relate a particular event to some other event in his or her life (e.g., a birthday, a vacation, a business trip) and provide some information about where this event occurred in terms of a subjective sense of the location. False descriptions often have a lack of information about time and place.



GreenMarked



Cosa pensa Trump sul Climate Change?

- Un Hoax

- Un problema molto serio



GreenMarked



HOAX

- Def Hoax (Oxford dictionary):

In Internet, notizia del tutto priva di fondamento diffusa per burla, in genere con l'intento di creare allarme per es. riguardo a virus distruttivi o a fantomatici attacchi informatici che potrebbero giungere attraverso la posta elettronica.



GreenMarked



Retorica ambientale

President Donald Trump praised his own environmental record on Monday and attacked the Obama administration's "relentless war" on U.S. energy. But a close look at his rhetoric reveals he is taking credit for pollution reductions that have taken place under previous presidents — and undertaking an aggressive agenda of weakening air and water pollution rules.

"From day one, my administration has made it a top priority to ensure that America has among the very cleanest air and cleanest water on the planet. We want the cleanest air, we want crystal clean water, and that's what we're doing and what we're working on so hard," he told a crowd that included several cabinet members in the East Room of the White House.

Cambia più del cambiamento climatico...!

“ We must reject the **perennial prophets of doom** and their predictions of the apocalypse

“ I don't believe it.

The concept of global warming was **created by and for the Chinese** in order to make U.S. manufacturing non-competitive.

“ The environment is very important to me. Someone wrote a book that **I'm an environmentalist**

I don't think it's a hoax, I think there's probably a difference. But I don't know that it's manmade.

It's freezing in New York — **where the hell is global warming?**

The badly flawed Paris Climate Agreement protects the polluters, hurts Americans, and **cost a fortune. NOT ON MY WATCH!**

“ The United States will join **one trillion trees** initiative

The weather has been so cold for so long that the **global warming HOAXSTERS** were forced to change the name to climate change to keep \$ flow!

“ I want the cleanest water on the planet. **I want the cleanest air anywhere** — crystal-clean water

Donald J. Trump



Angela Merkel

Nel suo messaggio di fine anno, la cancelliera tedesca [Angela Merkel](#) ha promesso che lotterà con tutte le forze per combattere i cambiamenti climatici e per permettere alle future generazioni di vivere in pace e prosperità. «Il riscaldamento globale è reale, è una minaccia», ha affermato nel discorso che sarà trasmesso in tv per l'ultimo dell'anno.

«Dobbiamo fare tutto ciò che è umanamente possibile per superare questa sfida umana, è ancora possibile», ha aggiunto, ed è un dovere «verso i nostri figli e i nostri nipoti». «Questa convinzione – ha aggiunto – ci ha fatto ratificare un programma di protezione del clima, fra Bund e Laender, qualche giorno fa».

«È vero – ha continuato poi senza citare esplicitamente i giovani di [Fridays for future](#), che accusano gli “anziani” del pianeta -, con i miei 65 anni sono in un'età per la quale non vivrei le conseguenze del [cambiamento climatico](#), che arriverebbero se la politica non agisse. Sono i nostri figli e i nostri nipoti che dovranno vivere con le conseguenze di ciò che facciamo o di ciò che tralasciamo. Perciò io impegnerò tutte le mie forze, affinché la [Germania](#) dia il suo contributo, ecologicamente, economicamente e socialmente, per controllare il cambiamento climatico».

Ricordando i trent'anni dall'unificazione della Germania che ricorreranno il prossimo anno, Merkel ha poi ribadito che la Germania può restare in salute «soltanto se l'Europa sta bene» e per questo ha auspicato «una voce più forte dell'Europa nel mondo».

«A questo scopo, quando avremo la presidenza europea l'anno prossimo ci impegneremo per un vertice degli Stati membri con la [Cina](#) e per un incontro con i Paesi dell'Africa», ha annunciato la Merkel. Sull'Africa, la cancelliera ha insistito sulla necessità di collaborare perché «solo se le persone hanno la chance di una vita pacifica e sicura l'esodo e la migrazione caleranno».



GreenMarked



Una comunicazione ambientale più incisiva ed efficace

Mark L. Miller



GreenMarked



Quanto è efficace la nostra comunicazione ambientale?



Seghesio, S., & Miller, M. L. (2021, January 18). Is our communication about environmental issues good enough?

GreenMarked. <https://greenmarked.it/is-our-environmental-communication-good-enough/>



Lo stile di Greta: “I want you to panic”



Miller, M. L. (2019, September 27). I never liked to panic. *GreenMarked*. <https://t.me/GreenMarked/575>



Tre grandi speaker del World Economic Forum a confronto



Miller, M. L. (2020, January 21). Preparing our environmental slingshot. *GreenMarked*. <https://greenmarked.it/preparing-our-environmental-slingshot/>



Nessuna comunicazione è incisiva se non ha un sistematico piano comunicativo alle spalle



Seghesio, S. (2020, February 15). Il Superbowl dei Superbowls. *GreenMarked*.

<https://greenmarked.it/il-superbowl-dei-superbowls/>



Take-home message

- Il senso di colpa genera passività e apatia, non azione
- Far comprendere il problema usando termini chiari aiuta a risolverlo
- La pressione sociale è una delle strategie più efficaci per spronare le persone
- La paura e la rabbia dei ragazzi muove anche gli adulti
- L'utilizzo di dati e trend positivi assieme a termini ottimistici traina il pubblico
- Sognare unanimemente un futuro migliore rinforza le azioni del presente
- I piani governativi per la tutela del clima e dell'ambiente devono essere chiari, concreti, specifici e sostenuti da un sistematico piano comunicativo



GreenMarked





GRAZIE PER L'ATTENZIONE!