



Rodrigo Codermatz

Dissonanza cognitiva

La dissonanza cognitiva (Festinger, 1957) si sviluppa quando una persona fa o pensa qualcosa di totalmente contrario alle sue convinzioni più profonde, entrando in uno stato emozionale spiacevole, che si vorrebbe evitare. Per risolvere la dissonanza cognitiva, secondo Festinger, bisogna rimuovere i fattori e gli elementi contrastanti e questo può essere realizzato in diverse maniere come distogliere l'attenzione dall'elemento disturbante, distorcendolo o rifiutandolo.

Loughnan, Haslam e Bastian, riprendendo le teorie di Festinger, riconoscono nel *meat paradox* un caso specifico di dissonanza cognitiva: la maggior parte delle persone, pur definendosi amante degli animali e disapprovando la sofferenza degli animali e la violenza a loro inferta, continua a mangiarli. Ciò mette anche in evidenza il problema di come sia possibile amare certi animali e mangiarne altri: l'amore per gli animali e il fatto di mangiarli è l'essenza del *meat paradox*.

Non ci sono che due possibilità per risolvere il *meat paradox*: smettere di mangiar carne o cambiare l'aspetto dell'animale, ricorrendo a strategie motivazionali (dementalizzazione) o cognitive (categorizzazione). Come si realizza la dementalizzazione? Negando all'animale non umano (o alla vittima in genere):

- *Emozioni secondarie* e sentimenti: sentimenti, intelligenza, ragionamento e linguaggio sono considerate facoltà unicamente umane (*uniquely human*) e costituiscono la cosiddetta “essenza umana” (essenzialismo) e l'*in-group*. Le emozioni primarie invece sono ritenute tipicamente “bestiali”, “animalesche”, *out-group* (*infracomunizzazione*). Nell'*in-group love* convergono la tradizione in generale e quella culinaria in particolare, l'identità nazionale e morale, il ritenersi moralmente superiori alla media (*above mean bias*);

- L'*agency*: Gray e Wegner distinguono l'*experience* (emozioni quali rabbia, paura, dolore, piacere, ira, coscienza, orgoglio, imbarazzo e gioia) dall'*agency* (autocontrollo, moralità, coscienza delle emozioni, pianificazione, comunicazione e pensiero);

- Le facoltà mentali a chi è vittima o a chi soffre soprattutto per colpa nostra; solo se riesco a identificarmi nell'altro posso conferirgli/le l'intelligenza: chi non agisce come me non ha mente (*victim blaming*);

- La capacità di soffrire, cioè le capacità dolore-specifiche e, quindi, la capacità di resistere e reagire.

Passando da un piano prevalentemente motivazionale a uno più cognitivo si può mettere in atto il processo di categorizzazione e dicotomizzazione, che porta a forme di distorsione, anche percettiva, quali dividere gli animali in edibili/non edibili, negando così le facoltà mentali ai primi o ricorrendo a un linguaggio eufemistico e metaforico (reificazione, de-individualizzazione).

Un'altra forma di categorizzazione, quale pratica di riduzione della dissonanza, è costituita dalle famose 3 N riprese da Melanie Joy: mangiare carne è naturale, normale e necessario. Nel 2015, Piazza e colleghi aggiungono la *niceness*: si mangia carne perché è buona. La *niceness* è, per questi autori, il maggior ostacolo alla riduzione del consumo di carne e all'adozione di una dieta *cruelty free*, anche se la necessità rimane comunque la principale categoria di disimpegno morale, seguita dalla *niceness*, dal naturale e dal normale.

Un'altra forma specifica di categorizzazione è il *framing*. Una particolare forma di *framing*, che si rifà alle ricerche di Tverski, è la direzione del confronto: è percepita una maggiore similarità quando il referente del confronto è il sé, cioè quando mi chiedo “quanto l'altro mi assomiglia?” piuttosto che quando ci si chiede “quanto io sono simile all'altro? In altre parole, la direzione del confronto influenza la percezione di similarità: nella condizione “*Animals-are-human-like*”, tra la nostra specie e le altre, viene percepita maggior similarità che nella condizione opposta “*human-are-animal-like*”.

Ricordiamo anche i meccanismi cognitivi di disimpegno morale che Graça riprende da Bandura: la *giustificazione morale* (un comportamento è moralmente accettabile se attuato in nome di un ideale più alto, dio, patria, famiglia, onore); l'*etichettamento eufemistico* e il *confronto vantaggioso* (è colpa del vecchio governo); la *diffusione di responsabilità* (nessuno lo fa, perché dovrei farlo io?); la *dislocazione di responsabilità* (è colpa del capo); la *disattenzione selettiva*, l'*evitamento* e la *minimizzazione delle conseguenze delle proprie azioni* (a cui è connessa la *reduced perceived choice*, ossia il convincersi che non si può far altro), la *deumanizzazione*, l'*attribuire la responsabilità alla vittima* (se l'è cercata).

Altre forme di dissonanza cognitiva sono il mentire sulla frequenza del comportamento colpevole (mangio poca carne) oppure il limitarlo (mangio solo pollo) o il procrastinarlo (ho intenzione di cambiare, ma non sono ancora pronto). Ricordiamo, infine, il perseverare in un dato comportamento nocivo, il *casting* e la *polarization*, ossia il considerare i vegani come estremisti e radicali.