

Dariusz Krok, Dott. Ric., psicologia
Università di Opole
Polonia

Influenza psico-manipolativa come forma di abuso nei culti: teoria e ricerca

Sinossi

La questione dell'influenza psico-manipolativa rappresenta indubbiamente uno dei più grandi problemi riguardanti le persone vittime di abusi all'interno di gruppi di culto. Le persone possono aderire a questi gruppi per vari motivi. In alcuni casi la loro decisione si basa su una libera scelta, ma in altri può essere il risultato di un'influenza manipolativa di gruppo che applica la persuasione psicologica. Nell'analizzare la psico-manipolazione nel contesto dei gruppi di culto, vari autori osservano come il processo di psico-manipolazione sia il centro delle attività dei culti e che questo porti all'abuso e a danni a livello mentale (Abgrall, 2005; Gardiner, 2009; Krok, 2007). La conoscenza di questi processi e la capacità di difendersi dalle tecniche manipolative sembrano essere molto importanti nel mondo contemporaneo.

Scopo di questo studio è presentare l'influenza psico-manipolativa come forma di abuso nei culti sulla base di teorie e risultati empirici. In primo luogo, sono state descritte tre principali categorie di persuasione utilizzate all'interno delle sette: (1) prove personali, (2) prove logiche, e (3) prove emozionali. In termini di potere, le persone tendono ad affidarsi a coloro i quali considerano competenti e credibili. Per tale ragione, i leader dei gruppi di culto possono utilizzare il rispetto verso le figure autoritarie e l'affidabilità come strategia per far sì che i membri adottino determinati valori e comportamenti. I leader dei gruppi di culto spesso confezionano i loro messaggi per i loro destinatari in modo da ottenere in risposta dei comportamenti favorevoli da parte di questi ultimi. Le attrazioni emotive sono considerate efficaci nell'influenza persuasiva, visto che giocano un ruolo importante nei processi di cambiamento comportamentale (Taute, Huhmann, Thakur, 2010). Per poter manipolare le persone, i culti producono dei messaggi che inducono paura, per esempio, predicando la fine del mondo e dichiarando che l'unico modo di salvare la propria vita è quello di dedicarsi totalmente agli insegnamenti del gruppo. Altro esempio di prove emozionali è l'utilizzo della scarsità. Un gruppo di culto può ingannare qualcuno dicendo che c'è un numero limitato di

individui che ottiene l'accesso al paradiso e che solo coloro che accettano la verità proferita dal leader saranno ammessi.

La seconda parte di questo studio mostra i risultati della ricerca svolta sulle strategie di manipolazione (esistenziali, culturali-religiose, protettive) caratteristiche dei gruppi di culto in presenza o in assenza di preavvisi, considerati come rivelatori della vera identità del gruppo. I risultati hanno mostrato che gli effetti più negativi vengono dalla strategia protettiva, mentre i meno negativi si presentano con la strategia esistenziale. I preavvisi utilizzati per rivelare l'identità del gruppo hanno provocato processi cognitivi e atteggiamenti più negativi verso il messaggio e colui che lo proferisce (Krok, 2009).

Le conclusioni tratte sulla base di tali risultati hanno delle implicazioni significative per aiutare le vittime. Visto che il processo di abuso psicologico viene operato sulle vittime, esse dovrebbero arrivare a capire le tecniche psicologiche che hanno permesso al persecutore di abusare della mente delle vittime, della loro autonomia e della loro identità. Gli esperti che lavorano nel campo degli abusi dei culti riceveranno strumenti pratici che gli permetteranno di lavorare più efficacemente con le persone che hanno subito manipolazioni da parte di questi gruppi.

RIFERIMENTI

- Abgrall, J.-M. (2005). *Sekty. Manipulacja psychologiczna* [Sects. Psychological manipulation]. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Gardiner, P. (2009). *Delusion: Aliens, cults, propaganda and the manipulation of the mind*. Hants: John Hunt Publishing.
- Krok, D. (2007). *Persuasion and influence by cultic groups during recruitment*. In: P.T. Nowakowski (ed.), *The phenomenon of cults from a scientific perspective* (pp. 65-78). Cracow: Rafael.
- Krok, D. (2009). The influence of persuasive strategies used by cultic groups in the context of forewarning. *Cultic Studies Review*, 8, 1, pp. 43-67.
- Taute, H.A., Huhmann, B.A., Thakur, R. (2010). Emotional Information Management: Concept development and measurement in public service announcements. *Psychology and Marketing*, 27, 5, pp. 417-444.