

Il dottor Orhan Dragaš è un esperto serbo di sicurezza e relazioni internazionali. Fondatore e direttore dell'Istituto Internazionale per la Sicurezza con sede a Belgrado, è anche autore di numerosi articoli specialistici, rubriche giornalistiche e libri: *Modern Intelligence-Security Community - Utopia or Reality*; *Two Faces of Globalization - Truth and Deceptions*; *The End of the Russian World - Russia, Ukraine, Balkans*; *Russia - From a Failed State to a Rogue State*; *Ukraine - Crime Without Punishment*. Ha conseguito il dottorato di ricerca nel 2014 presso l'Università Europea di Bruxelles sul tema "Modern National Security Systems and the Intelligence - Security Community". Ha proseguito i suoi studi post-dottorato presso la London School of Economics and Political Sciences (LSE), la Yale School of Management, l'Università di Oxford, l'Università di Harvard e la Harvard Business School. È anche esperto della Commissione Europea (UE) in materia di migrazione e affari interni, membro della Chatham House (UK) e del RUSI - Royal United Services Institute (UK).

IL POTERE DELLA PERCEZIONE

Quando la Realtà Perde la Battaglia



**DOTT. ORHAN
DRAGAŠ**

'UNA GUIDA, UN COMPAGNO E UN'ISPIRAZIONE
ECCEZIONALI' — LORD GEIDT

Orhan Dragaš IL POTERE DELLA PERCEZIONE



CACUCCI  EDITORE
BARI

€ 20,00

Il potere della percezione – Quando la realtà perde la battaglia è un' esplorazione profonda e interdisciplinare di come la percezione abbia eclissato la verità nel definire le nostre realtà individuali e collettive. Situato all'intersezione tra filosofia, sociologia, psicologia e cultura digitale, questo libro affronta l'inquietante questione di cosa succede alle società quando le sensazioni soggettive superano i fatti oggettivi.

Attraverso dieci capitoli meticolosamente strutturati, Orhan Dragaš costruisce una narrazione profonda che passa dai dibattiti filosofici fondamentali alle meccaniche contemporanee dell'influenza algoritmica, offrendo infine un nuovo quadro di riferimento per comprendere come la verità possa essere recuperata – o almeno rinegoziata responsabilmente – nel nostro tempo.

Questo libro è sia una diagnosi di una frattura della civiltà sia un appello a ripensare la fragile architettura su cui poggia la realtà condivisa. Scritto in una prosa accessibile ma elegante, si rivolge in egual misura a studiosi, professionisti e lettori generici attenti.

ISBN 979-12-5965-590-5



9 791259 655905

Dott. Orhan Dragaš

IL POTERE DELLA PERCEZIONE

Quando la Realtà Perde la Battaglia

CACUCCI  EDITORE
BARI

*L'Archivio della Casa Editrice Cacucci, con decreto prot. n. 953 del 30.3.2022 della Soprintendenza Archivistica e Bibliografica della Puglia-MiC, è stato dichiarato **di interesse storico particolarmente importante** ai sensi degli articoli 10 c. 3, 13, 14 del d. lgs. n. 42/2004.*

PROPRIETÀ LETTERARIA RISERVATA

© 2025 Cacucci Editore – Bari
Via Nicolai, 39 - 70122 Bari – Tel. 080/5214220
<http://www.cacuccieditore.it> e-mail: info@cacucci.it

Ai sensi della legge sui diritti d'Autore e del codice civile è vietata la riproduzione di questo libro o di parte di esso con qualsiasi mezzo, elettronico, meccanico, per mezzo di fotocopie, microfilms, registrazioni o altro, senza il consenso dell'autore e dell'editore.

Prefazione

Non è una sorpresa che vari titoli di testa contemporanei lottino con uno dei dilemmi persistenti della nostra era digitale: lo scontro tra la percezione e la realtà. Ancora pochi possono misurarsi con lo scopo integrativo di questo studio coinvolgente del ricercatore serbo, Dott. Orhan Dragaš. Ancorato nella filosofia, nella psicologia e nelle scienze della comunicazione, *Il Potere della Percezione*, ritrae una ricca gamma di fonti che creano un ritratto dettagliato ma scomodo del mondo contemporaneo. Qui si discernono l'autorità emotiva e la popolarità mitizzate al di sopra della competenza, come motivo di legittimità.

Dragaš scrive con candore riconoscendo la debolezza e i pregiudizi che affliggono sia l'autore che il lettore. Tale consapevolezza, scrive, è “un prerequisito per la conoscenza”. Facilitare questa conoscenza è lo scopo trainante di questo lavoro, che si colloca in un mondo dove la ragionevolezza è sia un premio, che una dote da cui si evade in modo esasperante. Dragaš fornisce al lettore dieci principi di “alfabetismo percettivo”, poiché egli potrebbe essere disorientato dalla tecnologia, delle emozioni e dalla logica dell'algoritmo, e anche per interrogare la sua stessa vulnerabilità alla manipolazione. Egli offre non solo una diagnosi ma anche una prescrizione.

Ponderando l'affermazione che “la credenza ha sempre più peso della verità”, Dragaš si occupa di illustrare tale opacità, dove la

verità può diventare una vittima della lotta ai *click* e alla visibilità. Il suo è un avvertimento del rischio di una società ignara del collasso dei punti di riferimento comuni in precedenza ritenuti essenziali per il dialogo equilibrato.

Dragaš considera il luogo per la verità la pubblica piazza; egli dimostra l'estensione nella quale è stata resa relativa, emotiva e filtrata digitalmente, fino al punto in cui la sua funzione pubblica è stata oscurata. In definitiva, "di chi possiamo fidarci quando non sappiamo più quale sia la verità?", chiede l'autore.

Orhan Dragaš è stato determinato nell'illustrare la nostra attuale comprensione di una realtà digitale, e culturale. Egli lo ha fatto in maniera pregevole, servendo sia il lettore comune che l'esperto, cercando una presentazione, accessibile ma anche seria, di tale argomento urgente e controverso. Per coloro che rimangono convinti del significato della verità e non cedono il loro diritto di pensarci, questo libro è un'eccezionale guida, un compagno, e un'ispirazione.

Lord Christopher Geidt
Di recente Presidente, King's College di Londra

Endorsement

Il 2025 sarà ricordato per molte ragioni, da una prospettiva politica e di sicurezza, ha portato alla luce la “verità” e le nozioni per separare i “fatti” dalla “finzione”, che sono così importanti oggi. Nel 2020 le elezioni degli Stati Uniti hanno riportato che molti americani abbiano ricercato le notizie su Facebook, dove l’algoritmo forniva loro le informazioni allineate con i loro convincimenti preesistenti generalmente confermati. Andando avanti di cinque anni il panorama delle informazioni è cambiato significativamente e continua a evolversi ad un’andatura spaventosa: dalla cattiva informazione alla disinformazione, dall’interferenza straniera alla manipolazione attraverso le concezioni di cosa sia la “verità”, se la popolazione sia di mentalità aperta, oppure crede alla versione della propria setta come corretta. Queste sono le questioni cruciali che tutte le società democratiche affrontano oggi, soprattutto con l’aumento del populismo, con ascesa dell’intelligenza artificiale, delle immagini falsificate, dei video, e dell’impatto crescente che hanno egualmente sui governi e sulle associazioni.

Sono queste le domande sulle quali il Dott. Dragaš pone la sua attenzione ne *Il Potere della Percezione*, un contributo incredibilmente tempestivo e importante, dove nel suo sottotitolo dà un indizio sull’argomento principale trattato – quando la realtà perde la battaglia. *Il Potere della Percezione* è una lettura coinvolgente, che affronta abilmente le questioni della verità, dei dati di fatto, e della

Il Potere della Percezione - Quando la Realtà Perde la Battaglia

percezione, addentrandosi in essi con sottigliezza intellettuale, che evidenzia come il Dott. Dragaš abbia padronanza della materia. La monografia combina filosofia, psicologia, e politica contemporanea, ma tra queste si intreccia un'intera serie di esempi e di casi studio. Nel suo complesso questo è un importante contributo che aiuta a demistificare ed esplorare uno dei problemi attuali più urgenti.

Questo libro dovrebbe essere una lettura obbligatoria per aspiranti politici e per chiunque sia interessato agli affari contemporanei, ma anche per coloro che rifiutano di accettare il concetto che la verità non abbia più importanza.

Professore Michael Goodman
*Professore di Intelligence e Affari Internazionali,
King's College di Londra*

Note Introduttive dell'Autore

Questo libro è nato dal bisogno di ascoltare il mondo piuttosto che dal desiderio di spiegarlo, per fermarsi quando il rumore è assordante, e la verità è pronunciata per vincere, non per essere compresa. In un tempo in cui i dati di fatto non vincono ma sono negoziati, la conoscenza non è sinonimo di autorità ma solleva dubbi, e la percezione non è più una finestra ma uno specchio, qui questo componimento diventa una necessità.

Non ho scritto questa monografia solo come filosofo, sociologo, o ingegnere di algoritmi, ma come qualcuno che sta tentando di comprendere il mondo in cui viviamo, che sta mutando più veloce di quanto riusciamo a spiegare. Ho composto questa riflessione come qualcuno che osserva il limite tra l'esperienza personale e collettiva e si sforza di cogliere il momento in cui la percezione inizia a guidare la verità.

Noi non parliamo più la stessa lingua, anche se usiamo le stesse parole. Ed è qui che ha inizio questo contributo, non da una ambizione teorica ma da un bisogno esistenziale di comprendere quando la realtà termina e comincia la sua interpretazione.

Il Potere della Percezione – Quando la Realtà Perde la Battaglia non è un libro che tratta le *fake news* o la manipolazione politica, che non sono solo sinonimi, tratta bensì il profondo grado di crisi della società e degli individui, poiché abbiamo smesso di distinguer-

re tra percezione e realtà, e di credere che questa differenza abbia importanza.

Componendo questo manoscritto ho affrontato la mia debolezza. Come chiunque altro, ho sintonizzato i contenuti algoritmicamente, e sono propenso emotivamente a interpretare ciò che mi aggrada, avendo una reazione istintiva che conferma la mia prospettiva. Questa consapevolezza non è una debolezza ma un prerequisito per la comprensione. Non scrivo dal di fuori della crisi ma dal suo interno.

Ciascun capitolo di questo libro ha il suo tono, il suo ritmo, e la sua funzione. I capitoli iniziali prefiggono i fondamenti intellettuali, filosofici, psicologici, e la dimensione storica della relazione tra ciò che esiste e come lo sentiamo. I capitoli seguenti trattano il mondo digitale, gli algoritmi, le piattaforme digitali, i *social media*, la viralità ed il potere dei filtri. Tutto questo è seguito da capitoli sulla responsabilità, e sulla percezione che foggia noi come cittadini, utenti, insegnanti, mass media, e *leader*. Infine, un capitolo che fornisce un quadro generale, non soluzioni, ma linee guida sulla convivenza con la verità, non come fardello, ma come orientamento.

Questo è un contributo di diagnosi e una mappa. Non proclama di portare la verità, ma insiste sul non smettere di pronunciarla. Se riusciremo a porre una domanda migliore dopo questa lettura, essa avrà svolto il suo compito. La verità non sarà più qualcosa da possedere ma bensì qualcosa da ricercare in seguito, insieme.

In un momento in cui “quello che sentiamo” è diventato più importante di “ciò che sappiamo”, questo libro è un tentativo di ripristinare un equilibrio. Non a discapito delle emozioni, ma a beneficio della responsabilità, non contro la percezione, ma a favore della comprensione, non contro la tecnologia ma per l'illuminazione. Se c'è una cosa che dobbiamo ricostruire come società, non è solo la conoscenza, ma la fiducia nella realtà, nel dialogo, e nella possibilità che la verità abbia ancora un significato.

Questo contributo non riguarda solo il mondo esterno, esso ci invita ad esaminare i meccanismi interiori con cui crediamo, giudichiamo e decidiamo. Esso indirizza il modo in cui concediamo a noi stessi di essere guidati più dalle emozioni che dal ragionamento, e come spesso evitiamo lo sforzo della comprensione in favore di una reazione rapida. In questo senso, esso invita anche a una riforma interiore, etica, intellettuale e sociale.

Crediamo che nel futuro prossimo dovremo ridefinire i postulati fondamentali dei nostri contratti sociali, non per demolirli, ma per restaurarli e adattarli ai tempi. Poiché se la verità rimane intrappolata in strutture che non comunicano più con il mondo reale, essa perderà il suo appiglio nella conoscenza collettiva. Senza questo passaggio, ogni parola perde la sua forza, e ogni dibattito il suo scopo.

Questo è un libro per coloro che non smettono di porsi interrogativi. Per coloro che vogliono capire come il mondo stia cambiando e come quello che pensiamo di sapere stia mutando. E soprattutto per coloro che sanno che la verità non è esaurita, ma è solo iniziata quando sembrerebbe che non abbia più il potere di parlare.

Perché oggi, la verità non è più il privilegio dei filosofi o il dovere dei giornalisti, è diventata l'arte quotidiana della sopravvivenza in un mondo colmo di rumore, emozioni e costruzioni. Non possiamo permetterci ancora il lusso della passività o del conforto del dubbio senza responsabilità; se crediamo che la verità abbia ancora un valore, allora dobbiamo tentare di ricostruirla in ogni frase, quesito, e decisione. Questo libro non è neanche la fine o l'inizio della lotta, è la testimonianza di un tentativo a non rassegnarci a un tempo in cui la verità non brilla più ma balugina soltanto.

Forse non so esattamente come appaia una società che pone la verità di nuovo al suo centro. Ma conosco un mondo che non lo fa – caotico, incoerente, diffidente fino al punto della paralisi. Ho composto questo libro non per affermare di avere una risposta, ma

Il Potere della Percezione - Quando la Realtà Perde la Battaglia

per l'agitazione che sorge con le domande rimaste senza risposta. Esso è stato concepito per ricordarci che la verità vivrà finché ci sarà chi non vorrà sconfiggerla con il silenzio.

Dr Orhan Dragaš

(Maggio, 2025)

Introduzione

Immagina la seguente scena: una giovane donna sorridente appare sulla copertina di una prestigiosa rivista ed è presentata come una brillante imprenditrice che ha “rivoluzionato la medicina.” Il suo nome spunta in ogni dove, nelle conferenze, sulla classifica di Forbes, e nei discorsi di Bill Clinton. Investimenti da milioni di dollari confluiscono nella sua azienda. I giornalisti la paragonano a Steve Jobs. Qual è l’unico problema? Nessuna di queste affermazioni è vera.

Il suo nome è Elizabeth Holmes.¹ La sua azienda, Theranos, affermava che avrebbe potuto eseguire centinaia di test con una singola goccia di sangue. Questa era una menzogna: non uno sbaglio, o un esperimento fallito, ma una fredda e calcolata bugia. Si vedeva la determinazione nei suoi occhi, indossava il dolcevita nero come Jobs, e rappresentava l’immagine del successo. Ha fatto la storia, e questo era abbastanza.

Il pubblico non era stupido ma era innamorato dell’immagine, del racconto e della promessa, intrappolato nella sua stessa percezione.

Questo è il potere della percezione, costruire imperi attorno a menzogne e distruggere la verità che non ha attrattiva su nessuno.

¹ <https://www.forbes.com/profile/elizabeth-holmes/>.

Prendiamo un altro esempio più generico: una campagna elettorale. Un candidato ha risultati concreti da esibire e riferire con calma e razionalità, l'altro urla, usa grandi parole, e fomenta la folla. Il primo è vero, il secondo è entusiasmante, quello che si sente più forte vince. Le persone non basano il loro voto sui fatti, ma sulle emozioni.

La verità invece? È diventata troppo lenta, complicata e noiosa.

In questo libro, vi guideremo attraverso un labirinto di parole dove non ha più importanza il loro significato, ma come esse appaiono. Non è un nuovo fenomeno, è piuttosto un'antica malattia che ha metastasi nel mondo contemporaneo.

La verità reale sulla verità

Chiediamoci una domanda scomoda: è davvero importante la realtà? O è solo un'altra idea in cui vogliamo credere?

Ad un livello più profondo, il concetto di verità è difficile da afferrare. Platone² lo cercava nel mondo delle idee, il reale, l'eterno mondo dietro le apparenze. Noi viviamo nell'ombra, egli disse, tutto quello che guardiamo è il riflesso della realtà. Ma se tutto quello che abbiamo sono ombre, non diventano esse stesse la nostra realtà?

Friedrich Nietzsche andò oltre. Non solo mise in dubbio la verità, ma la smembrò: "Non ci sono fatti, solo interpretazioni", scrisse.³ Secondo la sua opinione, la verità è un prodotto del potere. Non quello che può essere misurato, ma quello che può essere imposto.

² Plato. *The Republic*. Project Gutenberg. Print.

³ Nietzsche, Friedrich Wilhelm, Walter Arnold Kaufmann, e R. J. (Reginald John) Hollingdale. *The Will to Power*. New York: Vintage Books, 1968. Print.

Pragmatisti come William James ridussero la verità alla funzionalità: qualcosa è vero se “funziona”.⁴ Se un pensiero o una credenza conducono a conseguenze positive, perché non dire che siano veri? Se credo che domani sarò più benestante, e questo pensiero mi motiva a sopravvivere oggi, allora forse questa è la verità di cui ho bisogno.

I postmodernisti fecero un passo oltre: essi hanno distrutto la nozione della narrativa grandiosa. La verità è una costruzione sociale, dicevano. La cultura, la lingua, il potere sono elementi che forgiavano quello che noi chiamiamo reale. Non c'è una verità neutrale, tutto è una questione di prospettiva.

Michel Foucault si spinse ancora più lontano proclamando che la verità fosse connessa al potere: “Dove c'è il potere, c'è la resistenza. Ogni società ha il suo regime di verità, le sue ‘credenze politiche generali’; il tipo di discorso che accetta e ha funzione di vero, i meccanismi e i casi in cui si è capaci di distinguere tra le affermazioni vere e false, i mezzi con cui ciascuno è autorizzato, le tecniche e le procedure dei valori concessi nell’acquisizione della verità, e lo status di coloro a cui è affidato il compito di dire quello che conta come vero”⁵.

Così se i filosofi dubitano, gli scienziati riconoscono i limiti, gli artisti rovesciano le autorità, perché noi, la gente comune, siamo così affascinati dal concetto di verità? Forse perché abbiamo dimenticato che la verità non domina più, ma lo fa invece la percezione.

⁴ Chisholm, Roderick M. “WILLIAM JAMES’S THEORY OF TRUTH.” *The Monist* 75.4 (1992): 569–579. Print.

⁵ Foucault, Michel, e Paul Rabinow. *The Foucault Reader*. Harmondsworth: Penguin Books, 1986. Print.

La percezione: la Regina del mondo nell'ombra

Il nostro cervello non vede la realtà, la costruisce. Quello che penetra negli occhi, nelle orecchie, e nella pelle sono solo dati grezzi. Il cervello li traduce, li somma, e li interpreta, dà cioè ad essi un significato. In questo processo perciò la realtà ha già perso la sua forma.

Per esempio, guardando il viso di un'altra persona, non vediamo solo il naso, gli occhi e le sopracciglia, "leggiamo" le espressioni, intuiamo le intenzioni, e traiamo delle conclusioni. Occasionalmente sono esatte, ma a volte sono completamente errate. Ciononostante, decidiamo sulla base delle immagini: possiamo fidarci di questa persona o no? La prima impressione è solitamente più persistente di mille verità.

Gli psicologi ci riferiscono che siamo suscettibili all'effetto alone, che consiste nell'attribuire altre qualità positive a chi appare bello.⁶ Se qualcuno sembra determinato, risulterà anche competente, non importa se questo sia vero o falso. Il nostro cervello non sta cercando la verità, ma la coerenza e una rapida soluzione.

Esistono anche pregiudizi cognitivi come la propensione alla conferma, ovvero che tendiamo a credere a informazioni che confermano ciò che già pensiamo⁷; la disponibilità euristica, ossia quello che sentiamo più spesso crediamo sia più verosimile⁸; e

⁶ Nisbett, Richard E, e Timothy D Wilson. "The Halo Effect: Evidence for Unconscious Alteration of Judgments." *Journal of personality and social psychology* 35.4 (1977): 250–256. Web.

⁷ Bedeley, Rudolph T, Hui Hao, e Torupallab Ghoshal. "Cognitive Biases in Online Opinion Platforms: A Review and Mapping." *SAGE open* 2025. Web.

⁸ Sun, Yanqing, e Juan Xie. "Do Heuristic Cues Affect Misinformation Sharing? Evidence From a Meta-Analysis." *Journalism & mass communication quarterly* (2024): n. pag. Web.

infine l'ancoraggio, cioè quando la prima informazione che ascoltiamo assume il significato di riferimento per qualsiasi altra cosa.⁹

Attraverso questi meccanismi si compie l'illusione della profondità esplicativa, credendo di sapere più di quanto effettivamente sappiamo, solo perché conosciamo qualcosa.¹⁰ Tutto questo conduce a una conclusione: non viviamo in una realtà obiettiva, ma in un modello mentale che ridefiniamo costantemente (e inconsciamente).

Non solo ignoriamo la verità, la alteriamo, la riformiamo e la ricollochiamo in un sentimento che sentiamo "giusto", quotidianamente. In questo mondo, la sensazione non è una distorsione, ma è la realtà.

Un mondo di false verità

I *social network* sono un esempio perfetto di questo. Quando qualcuno carica un'immagine di un viaggio esotico, un viso sorridente, o una carriera di successo noi ci crediamo, non ne abbiamo verificato i fatti, né letto le informazioni contestuali, lo guardiamo e ci crediamo.

Ivi risiede il potere: un'immagine più un *emotion* ci dà la verità. Non è più importante che qualcosa sia, ma come appaia.

Le campagne elettorali, gli *influencers*, le relazioni aziendali, e persino quelle sociali si basano sul forgiare la sensibilità, il problema è che abbiamo dimenticato che esiste una differenza.

⁹ Raetzsch, Christoph, e Margreth Lunenborg. "Anchoring Practices for Public Connection: Media Practice and Its Challenges for Journalism Studies." *International journal of communication (Online)* (2020): 2868-. Print.

¹⁰ Alter, Adam L, Daniel M Oppenheimer, e Jeffrey C Zemla. "Missing the Trees for the Forest: A Construal Level Account of the Illusion of Explanatory Depth." *Journal of personality and social psychology* 99.3 (2010): 436-451. Web.

Quando qualcuno dice, “Ho un sentimento”, spesso ogni altra discussione è eliminata. La verità diventa secondaria, e il sentimento si trasforma in giudizio.

Nel *marketing* è stato dimostrato da tempo che un marchio non è solo il prodotto in sé, bensì è un’emozione; le persone non comprano il miglior prodotto, ma quello che le fa sentire meglio. Lo stesso avviene nel caso dei *leader*, delle idee e dei valori.

L’apparenza di un difensore dinanzi alla giuria può condurre ad una assoluzione o alla condanna in un’udienza, a prescindere dalla verità: il linguaggio del corpo, il tono della voce e l’aspetto influenzano la decisione. Quante volte persone innocenti hanno perso la libertà a causa di un cattivo avvocato o una conoscenza erronea?

Cosa rimane allora?

Questa monografia non afferma che la verità non esiste, ma che abbiamo smesso di cercarla, e soprattutto, che non è più la forza dominante della società, forse lo era una volta. E oggi? Attualmente, domina l’immagine, il tono della voce, la visione, e la narrativa.

Ciò non significa che dobbiamo arrenderci, ma che abbiamo bisogno di capire le regole del gioco.

Se vogliamo riconoscere la verità, dobbiamo prima ammettere che spesso crediamo a menzogne magnificamente impacchettate. Se vogliamo l’autenticità, abbiamo bisogno di sapere come possiamo essere ingannati facilmente da una falsa presentazione. Se vogliamo la libertà, necessitiamo di sapere dove inizia la manipolazione.

La sensazione non è una nemica, ma se la diamo per scontata, essa farà da padrona.

Ecco perché stiamo iniziando un viaggio che include idee, esperimenti, esempi di tutti i giorni, e discussioni filosofiche. Alla fine del viaggio potresti non trovare una risposta semplice, ma troverai qualcosa di più prezioso: gli occhi che osservano più di prima.

Come diceva il vecchio motto: “Non conta quello che guardi, ma quello che vedi.”

Sarà ancora più apprezzabile se la prossima volta che pensi di sapere qualcosa ti domanderai: “Lo so davvero? O potrebbe semplicemente apparire in questo modo?”