

La comunicazione in pubblico

MARA MANETTI

- Nel campo politico si combattono delle lotte simboliche in cui i vari avversari dispongono di armi, di capitali ineguali di poteri simbolici impari
- Molte lotte sociali, politiche , internazionali, non hanno altra arma e altra posta in gioco che il simbolico

(Bourdieu Proposta politica 2005)

- Secondo **Marshall Mc Luhan** il medium è il messaggio
- il mezzo che noi usiamo nella comunicazione ha la capacità di strutturare e/o alterare la portata e la forza del messaggio.

- La nascita del cosiddetto “villaggio globale”
- Quali sono i possibili effetti dei media sul pubblico?

EFFETTI A BREVE E A LUNGO TERMINE DELLA COMUNICAZIONE AL PUBBLICO

Teorie degli effetti a breve termine

- **istintualismo**: Gli individui reagiscono in modo predeterminato ed omogeneo perché hanno ereditato gli stessi meccanismi biologici.
- **teoria ipodermica** (o *del proiettile magico*)
La massa è indifesa rispetto al messaggio che, agendo come un proiettile colpisce sempre il proprio target (il pubblico).
- **comportamentismo**: gli individui sono tra loro diversi ed in base alle loro esperienze passate a stimoli uguali possono seguire risposte differenti.

Teorie degli effetti a breve termine

- **neobehaviorismo**: tra lo stimolo e la risposta vi è una mediazione e si passa dal modello stimolo/risposta al modello stimolo/organismo/risposta
- **teoria della dissonanza cognitiva di Festinger**: concerne la manifestazione di una divergenza interiore dell'individuo tra insiemi di idee e valori tra loro contrastanti.

Teorie degli effetti a breve termine

- ***Teoria funzionalista*** Gli effetti che un sistema può produrre sono rilevanti per l'ottimizzazione del suo funzionamento.
- ***Teoria degli usi e delle gratificazioni*** La situazione sociale genera bisogni nelle persone e i media sono "usati" perché capaci di soddisfare alcuni di questi bisogni gratificando il pubblico.

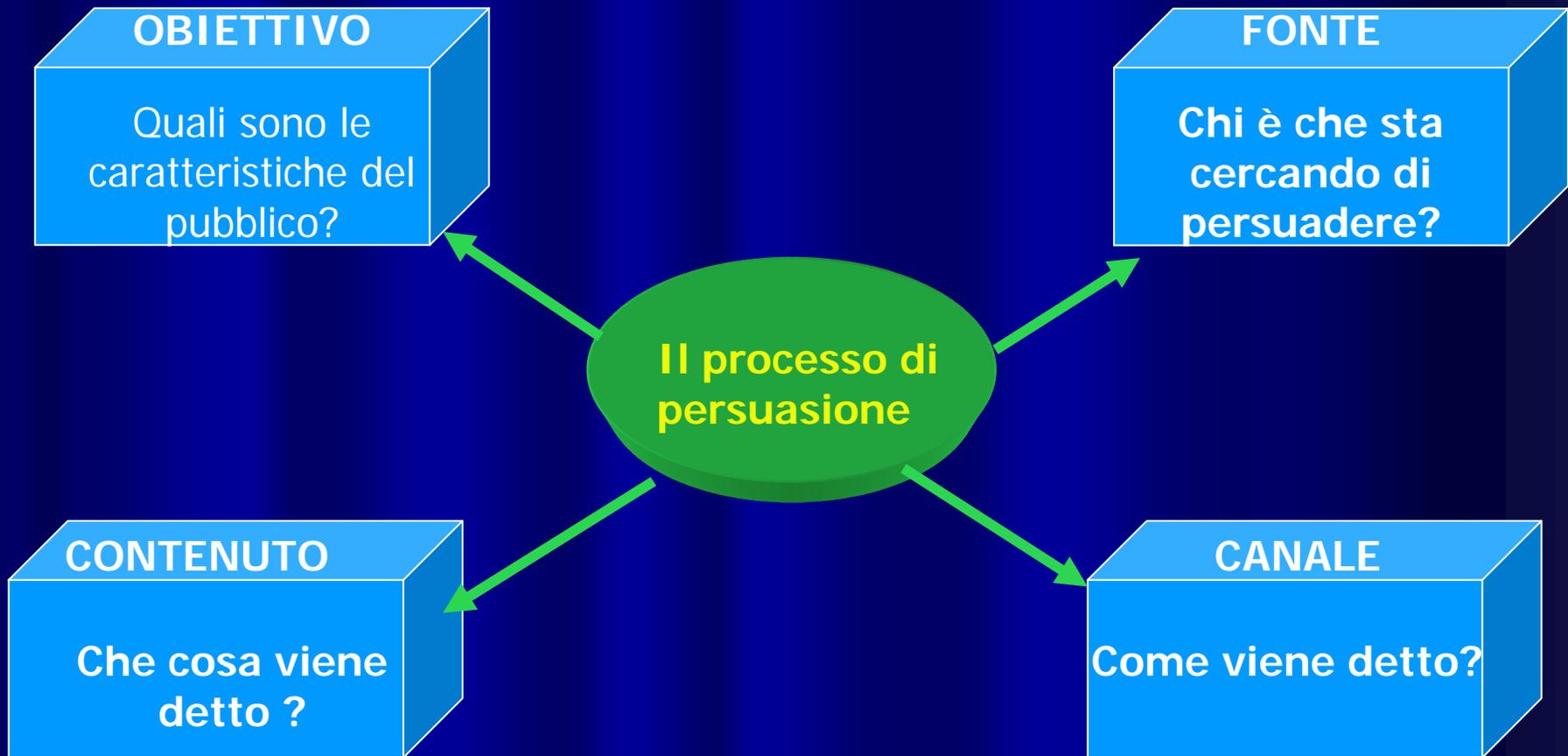
Teorie degli effetti a lungo termine

- ***Agenda setting*** I criteri di selezione e rilevanza adottati dai media determinano la stessa descrizione della realtà anche per l'individuo.
- ***Teoria della coltivazione*** Il periodo di esposizione ai mezzi di comunicazione di massa determinano il livello di influenza; i media "coltivano" le credenze delle persone.
- ***Teoria della spirale del silenzio*** Le persone esprimono opinioni nella misura in cui le percepiscono condivise dai media: alcune opinioni si diffondono più di altre, altre cadono nel silenzio

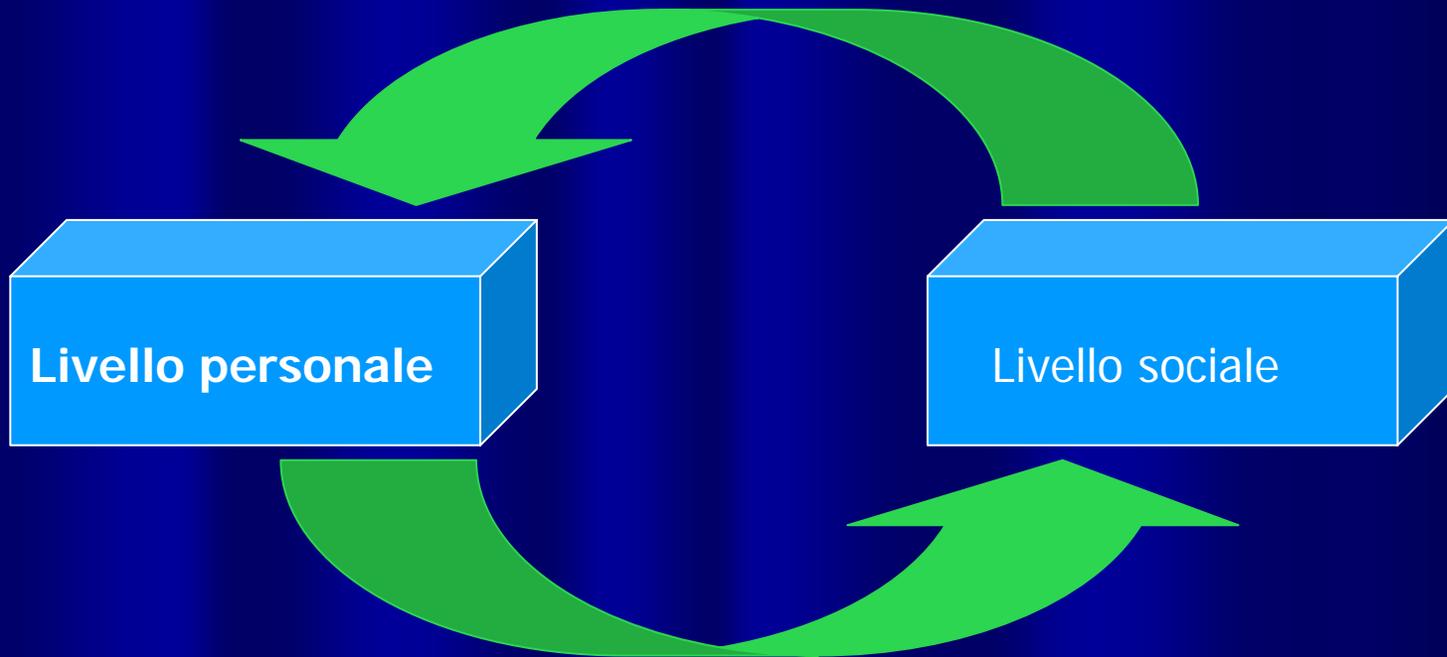
Processi di persuasione

- **Persuasione**: comunicazione finalizzata a influenzare la cognizione o il comportamento manifesto di un'altra persona e nella quale il destinatario gode di **un qualche margine** di libera scelta

Processi di persuasione



Livelli di persuasione



La persuasione e gli avari cognitivi

Le euristiche della persuasione

QUANTO È PERSUASIVA LA FONTE?

```
graph TD; A[QUANTO È PERSUASIVA LA FONTE?] --> B[E' CARISMATICA?]; A --> C[E' CREDIBILE?]; A --> D[E' SIMILE AL SUO PUBBLICO?]; A --> E[E' ATTRAENTE?]; A --> F[E' MASCHIO O FEMMINA?];
```

E' CARISMATICA?

**E' MASCHIO O
FEMMINA?**

E' CREDIBILE?

E' ATTRAENTE ?

E' SIMILE AL SUO PUBBLICO?

Come funziona il messaggio?

VIA PRINCIPALE percorso di persuasione intrapreso da quei messaggi che inducono il ricevente a pensare e a rispondere

VIA SECONDARIA percorso di persuasione intrapreso da quei messaggi che inducono il ricevente all'accettazione del messaggio senza farlo pensare

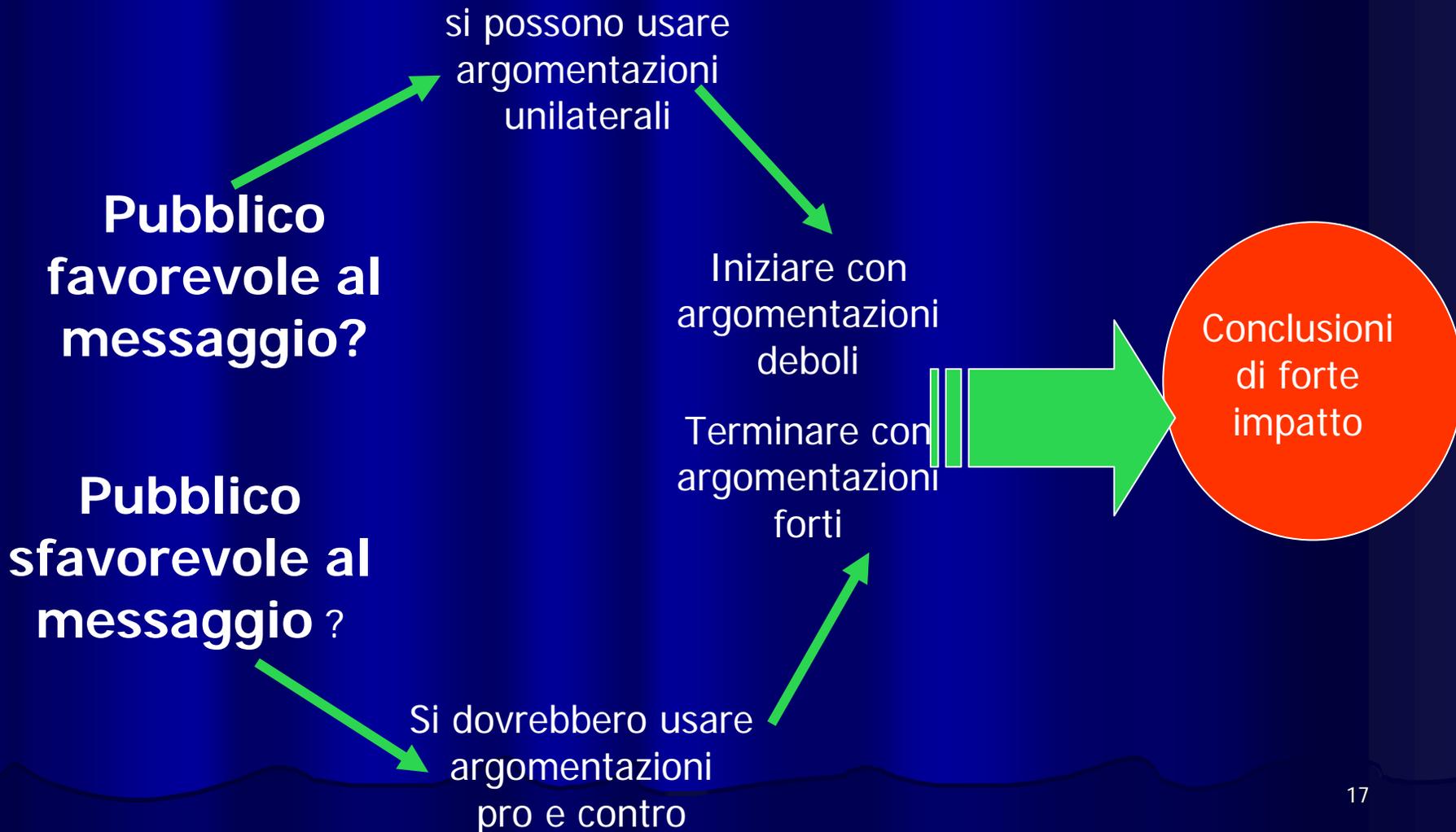
Come funziona il messaggio?

VIA PRINCIPALE: caratteristiche
informative

VIA SECONDARIA Caratteristiche
affettive



Rapporto con il pubblico



Spiegazioni del conformismo e dell'obbedienza

- Caratteristiche di personalità
- Norme di gruppo
- Processi di socializzazione

Conformismo e obbedienza

Aspetti positivi

Aspetti negativi

Conformismo e l'effetto autocinetico (Scherif)

Le norme influenzano la persona

Le persone che si uniscono ad un gruppo ne subiscono le norme

Anche quando gli individui escono da un gruppo tendono a mantenere le norme del gruppo

Chi può influenzare chi?

- Effetti di status
- Leadership
- Influenza della maggioranza
- Influenza della minoranza
- Arbitrarietà delle norme e penalizzazione

Conformismo

Acquiescenza

Accettazione



Insincera

Sincera

Moscovici e le minoranze attive

- Coerenza rispetto alla posizione assunta
- Flessibilità e intransigenza
- Conversione anziché acquiescenza
- Rigida con le autorità
- Disponibile a negoziare con il pubblico

Le norme sono degli optionals?

E se si, quando ?

Le regole all'interno delle culture
e sottoculture: coerenza e
contraddizione

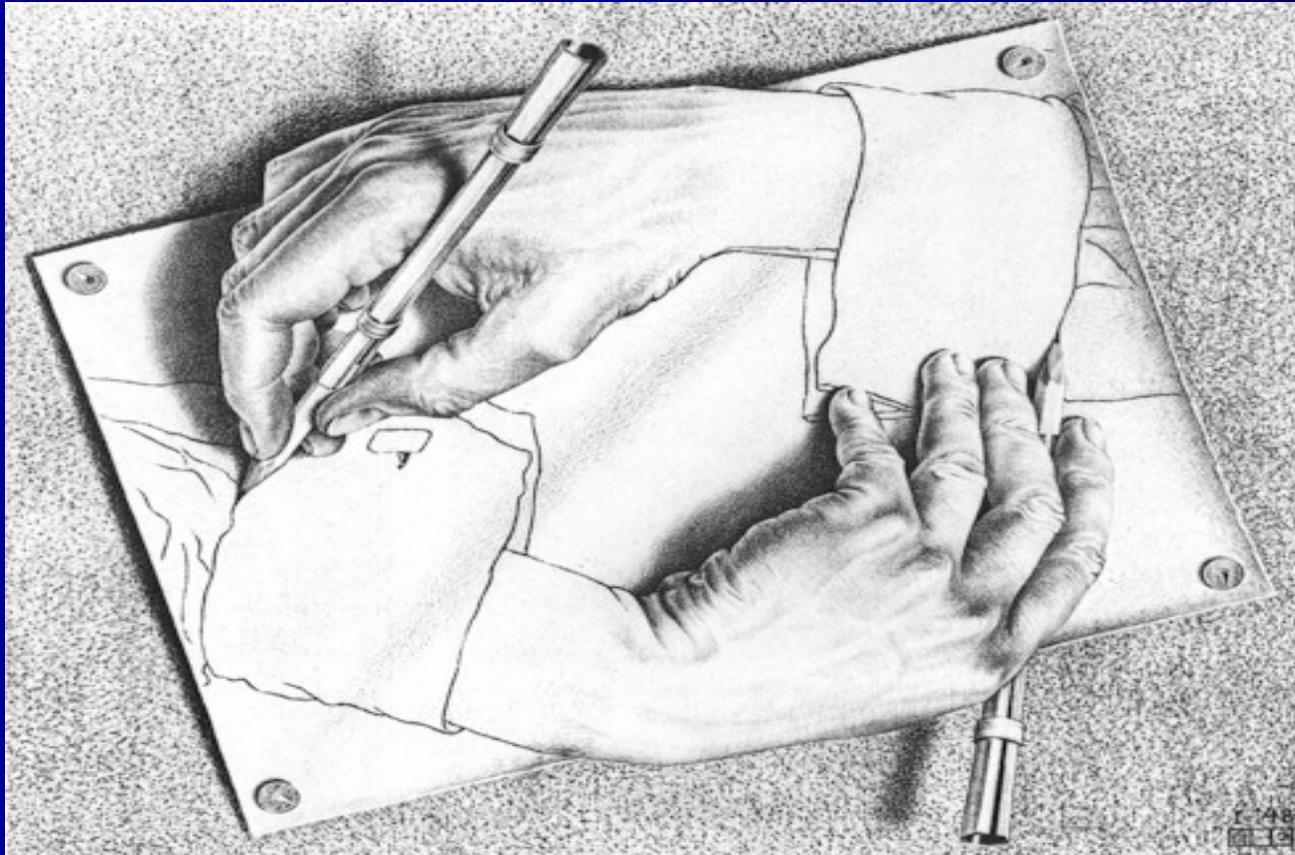
Von Foerester

(Sistemi che osservano 1987)

- il mondo non é *“di per se informativo”* e, *“il mondo è come è”*,
- *quando percepiamo il nostro ambiente siamo noi stessi ad inventarlo*

l'informazione che se ne ricava è il prodotto di un osservatore che fa le sue scelte e attribuisce al sistema i propri giudizi.

Un assioma della psicologia sociale:
le persone si costruiscono la loro realtà



Berger e Lukmann 1969

- La vita quotidiana si presenta come una realtà interpretata dagli uomini e soggettivamente significativa per loro come un mondo coerente

La realtà è una costruzione

- Plasmata in parte dai processi cognitivi (le modalità con cui lavora la nostra mente)
- e in parte dai processi sociali (gli input provenienti dagli altri individui, la cui presenza può essere effettiva o immaginaria)

Forme di esclusione

- di tipo economico
- di tipo partecipativo, culturale e simbolico
- da rapporti intersoggettivi che riguardano, sia la competenza relazionale, sia quella dei rapporti con le istituzioni e i servizi
- di tipo tecnologico (l'acquisizione di nuovi saperi e processi di informatizzazione)

Origine e attivazione dei processi di emarginazione

- Scarsità di risorse o impossibilità ad accedervi
- Crisi nell'ambito del ciclo di vita
- Squilibrio tra risorse della persona, della famiglia o del gruppo e le richieste del contesto
- Difficoltà o incapacità ad esprimere in maniera adeguata richieste all'ambiente
- Difficoltà o incapacità a rispondere in maniera adeguata alle richieste dell'ambiente

I percorsi di mantenimento dell'emarginazione

- Le convinzioni personali (valori di riferimento, senso di controllo sull'ambiente, *self-efficacy*, motivazione, e competenza percepita)
- Le attese nei confronti della persona da parte di figure di riferimento
- I soggetti che gestiscono, a diverso titolo, i "poteri" di un contesto
- Le convenzioni, i costumi sociali e culturali e le leggi che supportano e mantengono forme di discriminazione.

Thoreau H.D.

- Una minoranza è impotente fintanto che si conforma alla maggioranza ;
- anzi in quel caso non è neppure una minoranza;
- ma diventa irresistibile quando riesce a far sentire tutto il suo peso

Empowerment

Il processo con il quale è possibile aumentare il proprio senso di competenza, influenza, valore e potere nei confronti:

- delle azioni e risultati (outcomes) che siamo in grado di raggiungere,
- del contesto che ci circonda,
- delle persone con cui ci rapportiamo

Empowerment

- Il processo che permette ad **INDIVIDUI, GRUPPI, COMUNITÀ** di controllare attivamente la propria vita

Rappaport 1981

Kiefer 1982

- Lo sviluppo di un maggior senso della persona in relazione al mondo in cui vive
- La costruzione di una comprensione più critica rispetto all'ambiente "politico" in cui la persona vive
- L'elaborazione di strategie adatte a reperire e potenziare le risorse individuali , di gruppo o di comunità

Empowerment: aspetti della valutazione

(Zimmermann)

- E' una variabile continua
- Si articola su più livelli: individuale, di gruppo, di comunità
- Possiede una costruzione evolutiva non necessariamente lineare
- Si connota in relazione al contesto e alla popolazione

- **Potere**

- Capacità di provocare o impedire cambiamenti (May)

- Il fenomeno del potere è sempre frutto di una collusione tra soggetto influenzante e soggetto influenzato (Spaltro)

- **Empowerment**

- Favorire l'acquisizione del potere, rendere in grado di.....

Zimmerman (2000) e i processi di empowerment



Empowerment: ambiti di attività

- Politica

- Formazione

- Medicina

- Organizzazione

Empowerment

- Cultura
- Costrutto psicologico
- Un processo operativo
- Un approccio operativo

Empowerment Kiefer (1982)

- L'*empowerment* considera un processo tridimensionale che comprende:
 - lo sviluppo di un maggior senso di sé in rapporto con il mondo
 - la comprensione di una situazione critica delle forze politiche e sociali che influenzano il proprio mondo quotidiano
 - l'elaborazione di strategie funzionali e il reperimento di risorse per raggiungere scopi personali e obiettivi sociopolitici

Empowerment: costrutti connessi

- Locus of control
- Self efficacy
- Self esteem
- Strategie di coping
- Learned helplessness
- Learned hopefulness
- Problem solving
- Hardiness
- Sense of coherence