

Massimiliano De Luca
Ilaria Buccioni
mediaemozione



a seguito del II ciclo di conferenze dal titolo “Relazionarsi oggi: strumenti di consapevolezza e comunicazione”, in collaborazione con l’Università degli Studi di Siena, Master in Comunicazione e Counseling e Corso di Perfezionamento in Sentimenti ed Emozioni e con il **patrocinio del Comune di Firenze**



*Finito di stampare nel mese di Luglio 2005
dalla tipografia del Comune di Firenze*

mediaemozione

mediaemozione

mediaemozione

mediaemozione

Il titolo del presente volume, “mediaemozione”, è un esplicito riferimento all’intima connessione esistente tra le dimensioni intra-psichica e psico-sociale nelle quali viene a maturare lo sviluppo della personalità e la costruzione di nuovi modelli mentali che sono alla base dell’attività relazionale dell’uomo contemporaneo: da un lato, l’essenziale contributo derivante da una positiva relazione con se stessi, nella traccia di un soddisfacente sviluppo della propria soggettività, dall’altro, l’apporto a livello sociale dei media quali agenzie di socializzazione primaria in larga misura condivise.

Il testo, che fa seguito al II ciclo di conferenze dal titolo “Relazionarsi oggi”, curato dall’Associazione Nazionale Counselor Relazionali con il Patrocinio del Comune di Firenze, è stato parzialmente riadattato così da poter cercare di compensare le inevitabili lacune che emergevano dalla semplice trascrizione dell’esposizione orale, e costituire, così, una fonte di documentazione accessibile anche a quanti non sono potuti essere presenti agli incontri.

mediaemozione

**CAPITOLO I:
COSTRUZIONE PSICOSOCIALE
DELLA REALTÀ E MEDIA
COME I MEDIA INFLUENZANO LE RELAZIONI UMANE**
Massimiliano De Luca

1. LA COSTRUZIONE PSICOSOCIALE DELLA REALTÀ p. 13

- 1.1 Pensiero e linguaggio 13
- 1.2 Cervello e alfabeto 16

2. LA COMMUNICATION RESEARCH 23

- 2.1 Dalla fine della prima guerra mondiale alla controrivoluzione culturale 23
- 2.2 Gli anni caldi 28
- 2.3 Alcune teorie sui media 32
 - I. Agenda Setting 32
 - II. Cultivation Theory 33
 - III. Knowledge Gap 34
 - IV. Spirale del silenzio 35
- 2.4 Tre approcci complementari 38
- 2.5 Una ipotesi di modello sociale 40

3. INFORMAZIONE, PUBBLICITÀ, INTRATTENIMENTO 49

CONCLUSIONI 70

BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE 89

**CAPITOLO II:
EMOZIONALMENTE
ASCOLTARE LE PROPRIE EMOZIONI
PER RELAZIONARSI CON L'ALTRO**
Ilaria Buccioni

1. LO SCENARIO p. 101

1.1 I PUNTI DI RIFERIMENTO 99

2. LE EMOZIONI 107

2.1 Neurofisiologia delle emozioni 111

2.2 Le emozioni di base 117

2.2.1 La paura 120

2.2.2 La rabbia 125

2.2.3 La tristezza 132

2.2.4 La felicità ed il piacere 135

2.3 Emozioni, Sentimenti, Umori 141

2.4 Sentirsi bene con se stessi 145

2.5 L'influenza della cultura 147

2.6 Individuale versus collettivo 149

3. DALLA TEORIA ALL'ATTUAZIONE 150

3.1 La gestione costruttiva dei conflitti 150

3.2 L'educazione emotivo-relazionale e la gestione costruttiva dei conflitti 152

3.3 Le competenze comunicative per una trasformazione costruttiva dei conflitti 157

3.4 Educazione alla pace 161

3.5 L'empatia e lo stato dell'arte 171

CONCLUSIONI 175

BIBLIOGRAFIA 179

mediaemozione

mediaemozione

**CAPITOLO I:
COSTRUZIONE PSICOSOCIALE
DELLA REALTÀ E MEDIA**

**COME I MEDIA INFLUENZANO LE RELAZIONI
UMANE**

Massimiliano De Luca

mediaemozione

1. LA COSTRUZIONE PSICOSOCIALE DELLA REALTÀ

1.1 Pensiero e linguaggio

Il problema della percezione della realtà è strettamente connesso con quello della sua rappresentazione e con l'attività di comunicazione che ne deriva; appare pertanto più che comprensibile il fatto che la psicologia, da un lato, e la sociologia dall'altro, hanno contribuito – in modo talvolta antagonista, talvolta complementare – allo sviluppo della ricerca, sino alla determinazione di una loro sintesi, seppure con accezioni diverse, nella disciplina della psicologia sociale.

In estrema sintesi, l'approccio della psicologia classica si rifaceva al presupposto che la responsabilità della percezione e della rappresentazione della realtà dovesse essere ricondotta alle sole modalità di elaborazione cognitive; viceversa i sociologi affermavano che tale modalità era imputabile – fatti comunque salvi i processi neurologici – al contesto sociale di riferimento.

In particolare, in relazione ai media che sono all'oggetto del presente capitolo, cercheremo di dimostrare come essi siano corresponsabili in modo significativo di un processo che potremmo definire di “alfabetizzazione” al quale si conforma la nostra attività di costruzione della realtà, un processo di programmazione socio culturale che, similmente al rapporto che lega software ad hardware, è in grado di influenzare non solo i contenuti, ma anche il modo in cui essi vengono elaborati, primo tra tutti la possibilità di farlo o meno.

Nello studiare l'impatto che le tecnologie – in particolare i media elettronici: televisione e computer – hanno sullo sviluppo della psiche e sulla costruzione di nuovi modelli mentali, possiamo partire dall'assunto empirico del rapido adattamento dell'uomo ai cambiamenti che ha contraddistinto lo sviluppo sociale, in particolare, dell'ultima metà del secolo appena concluso.

Banalmente, possiamo osservare che computer o telefoni portatili, strumenti oggi diffusissimi, addirittura indispensabili in particolari ambiti lavorativi e personali, solo quindici anni fa quasi completamente assenti dal nostro quotidiano, oggi sono utilizzati dalla pressoché totalità della popolazione, al di là delle differenze di cultura, di età, di formazione in generale¹.

Ma, se da una parte la responsabilità di tale reattività è da ricercarsi nella natura stessa del processo di cambiamento (in grado, cioè, di fornire anche gli strumenti per gestirlo, similmente alla possibilità di utilizzo su diversi livelli di un software, o all'introduzione di semplificazioni relative alle procedure di immissione dati, come gli interfacce grafici), dall'altra, affrontando in modo organico la questione, non possiamo non mettere in relazione il fatto che i modelli culturali – in conseguenza della trasformazione dei processi di elaborazione concettuale – storicamente registrano dei mutamenti *al variare dei sistemi di comunicazione*.

L'ipotesi se siano quest'ultimi ad influenzare la struttura cognitiva prende corpo alla luce di una considerazione di ordine più generale: evidentemente, lo sviluppo, anche

¹ Naturalmente, se la fruizione della tecnologia dal punto di vista quantitativo non mostra essere particolarmente influenzata da tali fattori, altro può dirsi di un utilizzo dal punto di vista qualitativo.

tecnologico, di una cultura non può prescindere dallo sviluppo complessivo raggiunto da essa, e, in questa ottica, la relazione che i soggetti instaurano con i suoi prodotti si pone come una sorta di riorganizzazione (finalizzata anche al solo utilizzo) di tutte quelle conoscenze che sono però già presenti. Usando una espressione particolarmente *estetica*, potremmo dire che l'uomo, al momento in cui ha sviluppato un linguaggio, era, per così dire, pronto per farlo, possedeva quel giusto mix tra bisogno e risorse in grado di esaudirlo e innescare un concreto processo di innovazione.

Come sempre avviene, è compito di pochi quello di sintetizzare in una tecnologia, o in una codificazione o scoperta di grande valore scientifico, ma è in tutta quanta la società che avviene quel processo di ri-programmazione culturale che la rende di uso comune. Poche persone tra quelle che leggono queste righe, forse nessuna ha probabilmente contribuito allo sviluppo del software informatico con il quale esse vengono scritte, eppure presumibilmente tutti sono in grado di utilizzarlo, sia in senso stretto, sia in una ottica di impiego più vasta, rivoluzionando, ad esempio interi processi lavorativi.

L'invenzione della scrittura (o, più correttamente, il suo sviluppo) nel porre il problema di dover tradurre i pensieri e le sensazioni in un sistema alfabetico, e quindi utilizzare il procedimento inverso per decodificare il testo, ha rappresentato, oltre che un processo di trasmissione dell'informazione, anche la possibilità di classificare e ordinare il pensiero stesso, quindi lo spunto per un processo di programmazione necessario ad integrare i parametri delle nuove esigenze di comunicazione.

D'altro canto, studi cognitivi dimostrano che:

*[...] il pensiero umano si sviluppa in rapporto alle nostre capacità di linguaggio. Il nostro cervello [...] non ha una parte destinata al pensiero ed una al linguaggio: le due cose risultano interdipendenti. Più parole conosciamo, più siamo capaci di pensare. Se leggere arricchisce il nostro linguaggio, ne saranno migliorate anche le nostre capacità di pensiero.*²

e che:

*[...] Ogni aspetto del nostro pensiero [...] viene infatti definito dal linguaggio, da meccanismi consci e inconsci che utilizzano la parola per formulare domande, fare chiarezza, cercare significati.*³

Possiamo quindi, in relazione agli obiettivi del testo, a ragione ipotizzare che l'utilizzo di tecnologie di comunicazione complesse quali i media elettronici, può essere a sua volta, come per la scrittura, responsabile di una nuova, radicale ri-programmazione a livello socio-cognitivo in grado sviluppare strutture e modelli mentali adeguati ad esse. Ma per capire *come* ciò avviene occorre fare un passo indietro.

1.2 Cervello e alfabeto

Se è vero che gli occhi sono i nostri sensori sul mondo, studi neurologici hanno dimostrato che è in realtà il cervello l'organo responsabile dell'attività di mediazione che ci permette di fatto di accedere alle immagini. C'è una espressione di uso popolare che ben restituisce il senso di questa affermazione: "l'occhio guarda, la mente vede" che

² R. Denti, "Lasciamoli leggere", Einaudi, Torino 1999, p. 14.

³ A. Oliverio, "L'arte di pensare", Bur, Milano 1997, p.87.

sottolinea lo stretto legame esistente tra la *consapevolezza* della visione ed i processi cerebrali responsabili di tale funzione.

Ciò sta a significare, innanzi tutto, che la nostra visione non è oggettiva come potremmo (o vorremmo) credere, e che il cervello stesso non percepisce tutto ciò che gli occhi sono in grado di osservare, ma solo quei dati che sono utili al processo di elaborazione. Corollario di tale affermazione è una necessaria specializzazione dei due organi sensori – gli occhi, appunto – in funzione dell’acquisizione delle informazioni necessarie al cervello per definire l’immagine.

Possiamo descrivere il nostro sistema visivo come un sistema complesso articolato in due coppie di semi-occhi suddivisi verticalmente, le cui metà di sinistra sono collegate al lato destro del cervello e viceversa; tale suddivisione è alla base del processo di visione ed elaborazione delle immagini definito “chiasmo ottico”. Studi effettuati sulla commissurotomia cerebrale hanno contribuito a sviluppare l’ipotesi che i fenomeni di elaborazione e rappresentazione della realtà avvenga attraverso le “specializzazioni” dell’emisfero destro e sinistro del cranio, e infine portato alla scoperta dell’effettiva esistenza di notevoli differenziazioni tra le funzioni cognitive.

L’impulso a questo filone di ricerca risale al tentativo di contrastare l’insorgenza di attacchi epilettici attraverso l’incisione del cd. “corpo calloso”, il ponte di fibre che connette i due emisferi cerebrali, con l’intenzione di separare lo scambio di informazioni tra le due sezioni del cervello. Parallelamente, studi congiunti relativi alle indagini sul comportamento delle persone che presentavano una compromissione neurologica simile (nei quali, quindi, i due emisferi del cervello non comunicavano) – in particolare quelli condotti dal neuropsichiatra Premio Nobel Roger Sperry – hanno concluso che i due emisferi di un uomo adulto controllano differenti aspetti del pensiero e del comportamento.

E' quindi possibile affermare che le peculiarità dell'uno corrispondono ad una capacità dell'altro per sua qualità compensativa, in particolare, mentre l'emisfero destro (che ha nei due semi-occhi di sinistra le sue appendici sensoriali) è responsabile della percezione della forma, della globalità e dello spazio, il sinistro (collegato ai due semi-occhi di destra) è deputato alla comprensione del linguaggio e delle scansioni logiche.

Cercando di riassumere la distinzione, allo scopo di esemplificare le implicazioni che ne derivano, tracciamo di seguito una tabella, nella quale si evidenziano le peculiarità dell'uno e dell'altro emisfero⁴

EMISFERO SINISTRO	EMISFERO DESTRO
Contesti	Sequenze
Logica	Percezione della forma
Linguaggio	Comprensione della globalità, dello spazio
FUNZIONI	
Leggere, Scrivere, Calcolare, Contare	Ascolto musica
Suddivisione del mondo	Idea conclusa di mondo
Senso del tempo	Assenza di tempo
Pensiero lineare	Simbolismo

⁴ La tabella è stata compilata sulla traccia delle indicazioni contenute nei testi "Malattia e destino" di T.Dethlefsen, Ed. Mediterranee, Roma 1986 e "Brainframes" di D. de Kerkhove, Baskerville, Bologna 1993.

Pensiero digitale	Pensiero analogico
Razionalità	Intuizione
Analisi	Olistica

Abbiamo già accennato al rapporto esistente tra pensiero e linguaggio, ed anche al fatto che le principali tecnologie di comunicazione non possono non influenzare i modelli mentali e comportamentali all'interno del gruppo sociale in cui essi vengono impiegati. Possiamo quindi affermare, in questo senso, che

“ [...] il cervello è il luogo in cui gli effetti della tecnologia si traducono in psicologia e si trasformano in cultura ed economia.”⁵

L'apporto dell'innovazione tecnologica collegata ai sistemi di comunicazione è, da un lato, riscontrabile nell'ambito psicologico soggettivo, inteso come processo omeostatico in grado di conferire una necessaria azione stabilizzatrice e conferire continuità alla serie di mutamenti che intervengono nel ciclo di vita di ognuno; dall'altro, offre una chiave interpretativa ai fenomeni sociali di cambiamento che verranno affrontati di seguito.

Una prima analisi sui sistemi alfabetici mostra infatti che

“Tutti i sistemi di scrittura che rappresentano suoni sono scritti orizzontalmente, mentre tutti i sistemi che rappresentano immagini, come gli ideogrammi cinesi o i geroglifici egizi, sono scritti verticalmente.”⁶

⁵ D. de Kerkhove, op.cit. p. 13.

⁶ D. de Kerkhove, op.cit. p. 37

Inoltre, è possibile osservare che le colonne dei sistemi pittografici sono leggibili da destra verso sinistra, e che (con l'eccezione dell'alfabeto etrusco) i sistemi di scrittura che contengono vocali sono scritti verso destra, quelli che non li contengono, verso sinistra. Queste osservazioni hanno portato alcuni studiosi a supporre che, alla base della costruzione di un sistema di segni, corrisponda una rappresentazione della realtà costruita e ordinata in modo correlato.

Da quanto detto, è facile concluderne che in occidente scriviamo da destra verso sinistra proprio in virtù del chiasmo ottico che ci impone, cronologicamente parlando: prima di riconoscere la forma dei segni, quindi di analizzarli; ciò, come detto, avviene grazie alle funzionalità psichiche a cui sono collegati i cd. “semi occhi” del lato sinistro (e cioè all'emisfero destro in grado di percepire la forme) e, immediatamente dopo, a quelle a cui fanno riferimento i “semi-occhi” del lato destro (l'emisfero sinistro responsabile dei processi di analisi).

Questa spiegazione relativa alla struttura del nostro alfabeto è alla base di quella che è stata chiamata “teoria del brainframe”, la quale ipotizza che

“[...] leggere e scrivere un testo alfabetico condiziona le operazioni di base di coordinazione occhio-cervello. Queste ultime, a loro volta producono un effetto di feedback su altri processi sensoriali e psicologici [...]”⁷

Ma, se una verifica clinica diretta della tesi appare difficile a causa della difficoltà di studiare a fondo i processi che avvengono nel cervello, è però possibile trovare un riscontro di quanto affermato attraverso quella particolare modalità di rappresentazione della realtà che è data dall'utilizzo della tecnica della *prospettiva* nella pittura.

⁷ D. de Kerkhove, op.cit. p. 41

Tale modalità può essere infatti considerata né più né meno che come conseguenza del brainframe alfabetico, in quanto, ben lungi dall'asservire esigenze estetiche, non è altro che la suddivisione delle superfici in segmenti proporzionali relativi alla percezione dovuta al chiasmo ottico. Il cervello ha infatti bisogno di due punti di vista leggermente diversi per calcolare le proporzioni tra spazio e tempo, e questa esigenza, riprodotta in immagine, si configura nient'altro che come l'imposizione del tempo (di percezione) sullo spazio.

Seguendo questa traccia, si è scoperto che il gusto per la prospettiva ha avuto particolare impulso durante periodi di grande spinta all'alfabetizzazione – nella cd. “Età Aurea” della Grecia antica, quindi nel secolo XVI con la scoperta della stampa e nel successivo Tardo Rinascimento nel quale i libri cominciano a diffondersi in modo significativo.

“Le distorsioni prospettiche non sono causate da forze inerenti allo stesso mondo rappresentato, ma sono l'espressione visuale del fatto che questo mondo viene guardato [...] In questo senso si può accettare l'interpretazione corrente della prospettiva centrale come manifestazione dell'individualismo rinascimentale”⁸

Naturalmente, la sovrapposizione dei campi visivi dovuta al chiasmo ottico si verifica comunque, ma ricorriamo alla tecnica di suddividere lo spazio in tempo prevalentemente in situazioni particolari, quando cioè ci troviamo nella necessità di dover calcolare le distanze tra gli oggetti, nel mirare ad un bersaglio, o spiccare un salto per superare un ostacolo – e ciò a prescindere dall'alfabetizzazione del nostro cervello. Tuttavia, una attività di rappresentazione della realtà che tiene conto di tale parametro, specie se messa in correlazione, come sopra

⁸ R Arnheim., Arte e percezione visiva, Feltrinelli, Milano 1984, p. 240

evidenziato, a periodi storici nei quali si è registrato uno sviluppo dei sistemi di comunicazione, sembra confermare l'ipotesi di fondo della teoria, ovvero che la rappresentazione della realtà (e i processi cognitivi che sono alla sua base) sono strettamente correlati, appunto, ai sistemi di comunicazione.

[...] tutto ciò va ricondotto all'opinione che la realtà possa essere colta oggettivamente e che il grado di adattamento alla realtà di una persona sia dunque contemporaneamente misura del grado della sua normalità. Cercheremo di dimostrare che questo modo di vedere è insostenibile e che noi possiamo sempre solo parlare di immagini della realtà e non della realtà⁹.

Fermiamoci qui: le implicazioni di questa argomentazione sono tali da distogliere chi scrive dagli obiettivi propri del presente lavoro; quando cercheremo di dare una risposta alla domanda-chiave del testo, ovvero: *come i media influenzano le relazioni umane*, le conclusioni a cui siamo giunti offriranno un significativo contributo.

2. LA COMMUNICATION RESEARCH

2.1. Dalla fine della prima guerra mondiale alla controrivoluzione culturale

⁹ Paul Watzlawick, *Il linguaggio del cambiamento*, Feltrinelli 1980, pag. 19.

Una analisi anche superficiale dimostra che, nel corso della storia, l'impulso alla ricerca scientifica è spesso sollecitato da necessità direttamente collegate ad esigenze di produttività o di conquista o consolidamento del potere; si spiegano così apparenti paradossi, tra gli altri l'impulso allo sviluppo della rete internet da parte delle autorità militari – oggi veicolo di contro informazione ufficiale – o gli investimenti profusi nella ricerca oncologica da parte di società produttrici di sigarette¹⁰.

Non sfuggono alla considerazione anche i primi studi sulla comunicazione di massa, scolasticamente fatti risalire al secondo decennio del '900, in conseguenza del massiccio uso dell'arma della propaganda nel periodo bellico appena concluso da parte delle potenze mondiali. La ricerca aveva come scopo dichiarato *capire* quale era la reale portata dell'impatto sull'opinione pubblica da parte dei media, e quindi determinare strategie sempre più efficaci a scopi di persuasione. Non solo psicologi e sociologi parteciparono ai lavori, ma anche scienziati politici e studiosi di retorica, a dimostrazione che la finalità di controllo sociale non rappresentava un obiettivo secondario della ricerca.

Si affermò così, inizialmente, una concezione dei media come strumenti di persuasione pressoché onnipotenti, ed una conseguente valutazione del pubblico in quanto massa indifferenziata priva di difese culturali e psicologiche in grado di contrastare il messaggio che le veniva fornito; venne coniato il termine di “Teoria dell'ago ipodermico” o “Bullet theory” per sottolineare la capacità di penetrazione dei messaggi.

¹⁰ L'attività di contro informazione utilizza la rete internet proprio grazie alla sua capacità di penetrazione, i bassi costi di esercizio e la possibilità di non incorrere in episodi di censura. Per quanto riguarda la ricerca oncologica, si veda il sito <http://www.philipmorrisinternational.com>. In ordine a tale presa di posizione è comunque significativo l'impulso dato dagli organi giudiziari americani.

Si tenga però presente, nel valutare la superficialità di tali conclusioni, che il contesto culturale a cui fa riferimento la ricerca è caratterizzato da un basso livello di istruzione, e che i mezzi di comunicazione di massa analizzati erano i giornali ed “una” radio pressoché agli esordi come mezzo di comunicazione di massa; a questo si aggiunga una metodologia di ricerca anch’essa alle prime armi, irrigidita dalle due concezioni scientifiche prevalenti all’epoca, l’istintualismo ed il comportamentismo (*behaviourism*), due concezioni dell’uomo che riconducono il comportamento umano, rispettivamente, a modelli e meccanismi ereditati geneticamente o a fattori ambientali.

Anche se il dinamismo della società americana si prestava meglio all’approccio comportamentista (diversamente la scuola europea, prevalentemente istintualista), il modello di riferimento rimane quello dello Stimolo–Risposta che deriva dal concetto di apprendimento così come era stato determinato dagli studi di J.P. Pavlov e J.B. Watson. Occorre attendere gli anni Trenta perché i cd. comportamentisti di “seconda generazione”, tra cui E.C. Tolman, accettassero l’evidenza che *gli individui reagiscono in modo diverso agli stessi messaggi*; il focus della ricerca si spostò così ai processi di decodifica del messaggio.

Negando l’esclusività causale allo stimolo, il comportamento (perché, ricordiamolo ancora una volta, era questo l’obiettivo principale della ricerca: capire come e in quale misura i media potessero influenzarlo) si configura quindi come funzione di variabili non più solo osservabili ma inferibili. Il comportamento dell’uomo, cioè, si ipotizza sia collegato anche a peculiarità soggettive, quali fattori ereditari, stati emotivi, scopi, apprendimenti precedenti; si impone il concetto di atteggiamento quale predisposizione acquisita ad agire in un certo modo nei confronti di specifici oggetti. L’obiettivo degli

studi si concentra quindi sulla possibilità che si possa influenzare il comportamento attraverso la modificazione dell'atteggiamento¹¹.

Carl Hovland si può dire sia il primo che affronta in modo sistematico la ricerca sugli effetti; sono i suoi studi che daranno origine negli anni '50 al filone del cognitivismo¹²; il suo approccio si basa sull'ipotesi che la funzione mediatrice del messaggio si distingue in varie fasi, che suddivide in: attenzione, comprensione e infine accettazione

Parallelamente, Paul Lazarsfield compie una indagine sulla campagna presidenziale americana del '40 utilizzando tecniche scientifiche di rilevazione più rigorose, quali la tecnica del panel e dell'analisi multivariata¹³. Analizzando i risultati ottenuti, ne conclude che uno degli effetti principali della comunicazione dei media è dato dal cd. "rafforzamento atteggiamentale" (piuttosto che da un generico "cambiamento") e che è elemento fondamentale del processo di trasmissione del messaggio la mediazione di un soggetto percepito come "qualificato" dal pubblico, che Lazarsfield identifica nella figura dell'*opinion leader*¹⁴.

¹¹ A tale proposito C.L. Hull definì il comportamento come un'azione volta a soddisfare i bisogni subordinata al principio di condizionamento e alla legge cd. dell'effetto Thorndike, ovvero che ogni atto che in una data situazione produce soddisfazione, finisce con l'essere associato a quella situazione.

¹² Il cognitivismo, in estrema sintesi, è una corrente di pensiero che si basa su un modello della mente umana come elaboratore di informazioni che giungono dagli organi sensoriali

¹³ In sintesi, l'analisi multivariata è una tecnica di analisi dei dati volta a verificare eventuali rapporti di causa-effetto tra variabili. La tecnica del panel consiste invece nella riproposizione del medesimo schema di rilevazione a distanza di tempo agli stessi soggetti.

¹⁴ E' necessario tenere presente, sia pure nei limiti della sintesi, che tale ricerca venne compiuta nella piccola comunità di Erie County, nell'Ohio;

Questi due contributi di fatto segnano la fine del concetto di media quali strumenti onnipotenti di persuasione, e la nascita del cd. paradigma dell'*influenza selettiva*: poiché tale influenza dipende da differenze nella struttura psicologica, dei tratti socio-demografici e delle relazioni sociali degli individui, gli effetti che scaturiscono dall'esposizione al messaggio dei media non possono essere considerati che limitati¹⁵.

Siamo giunti, così, all'inizio degli anni '50; possiamo affermare che, sino a questo punto, il progresso delle scienze psicologiche e sociali alla base della *communication research* non abbia in realtà prodotto significativi risultati in questo campo. Se l'abbandono della concezione dei media in ordine alla "Bullet Theory" rappresenta un significativo passo avanti, è altrettanto vero che non sono stati determinati i parametri di una comunicazione di massa persuasiva così com'era negli obiettivi della ricerca; piuttosto che ciò che è stato scoperto, viene valutato nient'altro che alla stregua di "effetto secondario" e valutato in quanto tale.

Un altro passaggio fondamentale è dato dalle ricerche condotte da due sociologi di orientamento funzionalista, Talcot Parsons e Robert K. Merton, che, se da un lato pongono l'accento sulla dimensione socio culturale del processo e sulle dinamiche di lungo periodo, dall'altro non riescono completamente ad affrancarsi dall'indole conservatrice di cui il

da ciò consegue che la figura dell'*opinion leader* sia emersa proprio a causa del campione limitato di riferimento e della organizzazione della società. Possiamo estendere tale figura ad un sistema sociale complesso inserendola a sua volta nel sistema di comunicazione dei media, come i cd. "anchor man".

¹⁵ Occorre però osservare che, per quanto le conclusioni segnino un significativo progresso nella ricerca, il limite della teoria consiste nel trascurare l'analisi approfondita dei processi percettivo/interpretativi e di rammemorazione del soggetto.

funzionalismo è impregnato. In sintesi, il modello di influenza da loro proposto, denominato “Uses and gratification” (uso e gratificazione) si basa sull’ipotesi di un rapporto diretto tra l’uso dei media e le necessità dei fruitori, ai quali i primi forniscono risposte simboliche ai loro bisogni; la ricerca si sposta così dall’ambito della persuasione a quello del consumo.

Questa teoria implica a sua volta una diversa valorizzazione degli attori parte in causa, primo tra tutti quello dell’audience, a cui viene attribuita la facoltà di scegliere il media che gratifica i suoi bisogni, e che quindi viene considerato elemento cardine nel suo processo di valutazione¹⁶. I valori sembrano così essersi invertiti: da massa indiscriminata e passiva, il pubblico assume a ruolo di arbitro della fortuna dei media; in altre parole, non solo non ne subisce l’influenza, ma addirittura lo costringe ad una programmazione in grado di essere apprezzata, pena la disaffezione. Tuttavia, la portata di tale visione è ridimensionata dalla sua necessaria collocazione in uno scenario teorico non alternativo a quello tradizionale, bensì su un piano di integrazione che non può non tenere conto dei risultati di altre ricerche parallele.

In ogni caso, questi studi aprono la strada ad una valutazione del processo di influenza in chiave diacronica, come somma di una serie di micro-effetti cumulativi che agiscono, in modo prevalente, *a livello di rappresentazione della realtà*. Ma il messaggio di fondo rimane forte: non c’è motivo di avere paura dei media se è l’individuo a stabilire che uso farne. Ma oramai

¹⁶ Ritorniamo all’indole tendenzialmente conservatrice del funzionalismo: i media, per il fatto stesso di essere fruiti, dimostrano la loro congruità al pubblico, che, altrimenti, sceglierebbe un diverso agente di socializzazione. Non si pone, quindi, il problema della manipolazione, nella scia di un rapporto che si richiama in qualche modo alle teorie liberiste delle discipline economiche.

siamo agli inizi degli anni '60: l'avvento della televisione cambierà, per così dire, le carte in tavola.

2.2. Gli anni caldi

Abbiamo visto come si sia passati, in modo graduale, da una concezione dei media in quanto onnipotenti (anni '20-'30) ad un ridimensionamento drastico di tale visione che, a partire dagli anni Quaranta, si estende fino alla prima metà dei Sessanta.

L'avvento della televisione (ed i mutamenti sociali che in quegli anni caratterizzano le società dei paesi sviluppati che offrono un nuovo impulso alla ricerca), introducono un concetto di media come agenti di socializzazione di lungo periodo che interviene nella costruzione dei processi rappresentazione della realtà che sopravvive ancora oggi.

Anche a causa del clima conservatore che ha distinto la società americana negli anni '50, il decennio successivo è caratterizzato da una diffusa critica a livello politico, sociale e culturale, che sfocerà nelle contestazioni studentesche che si propagheranno nel resto del mondo. Si torna a guardare ai media come ad agenti dotati di forte capacità persuasiva a livello psicosociale, in particolare agli effetti che si collocano sul piano dell'attività percettivo-rappresentazionale delle persone, cioè sulla loro "immagine della realtà".¹⁷.

¹⁷ Già gli studi compiuti da Kurt Lewin avevano aperto la strada ad una concezione dell'agire umano rapportato alla rappresentazione della realtà e non alla realtà *tout court*. Tale teoria è denominata "Teoria del campo" (1957). La caratteristica peculiare di un campo è che il comportamento degli

Nella seconda metà degli anni '50 la televisione è presente in modo statisticamente più che significativo nelle case degli americani, e nell'arco dei successivi cinque-otto anni, dei giovani della pressoché totalità dei paesi sviluppati; mettendo in relazione tale fatto con il fermento a livello sociale, si ipotizza che, nella scia degli effetti cumulativi a lungo termine, la programmazione nel suo insieme influenzi i riceventi su diversi piani, veicolando assieme all'informazione modelli di comportamento, valori, stili di vita. Viene posto l'accento sul potere di *rafforzamento* di tali valori, credenze, eccetera che era già stato osservato in precedenza, ma che – essendo l'obiettivo della ricerca quello di determinare le capacità di *mutamento* negli atteggiamenti (e quindi nei comportamenti) era stato valutato come un effetto secondario e di scarsa importanza. Tale ottica sposta nuovamente l'attenzione della ricerca sulle possibilità di *controllo* da parte dei media, in particolare la televisione, oramai diffusa.

Va notato che, in precedenza, era stato trascurato il fatto che la comunicazione è costituita soprattutto da *informazioni*, contro le quali il pubblico non si può proteggere – informazioni

elementi in esso presenti dipende dalla sua configurazione complessiva che viene determinata dalle inter-relazioni degli stessi. Di conseguenza, secondo K.Lewin, il comportamento di un individuo è funzione del suo ambiente contingente (eventi, situazioni, persone, ecc.) e della sua personalità, è quindi composto da quegli oggetti, eventi e relazioni che hanno significato e rilevanza soggettiva per lui, ovvero sono in diretto rapporto con i suoi bisogni. In altre parole il campo non è altro che tutto ciò che è presente al soggetto in un dato momento e che ne determina l'agire, il sentire e il conoscere. Al suo interno si possono distinguere tre aree fondamentali: "spazio di vita" (caratterizzato dai bisogni, dalle motivazioni, dagli scopi del soggetto); mondo fisico/sociale e zona di confine (fenomeni che agiscono sullo spazio di vita della persona in un dato momento e quindi influenzano il suo agire). In sintesi il comportamento può essere considerato come una funzione della variabile Spazio di Vita, a sua volta costituita dalla relazione tra la Persona e l'Ambiente: $C = f(P;A)$.

che, come detto, possono *influenzare i riceventi anche su piani diversi dallo specifico oggetto* della trasmissione. La concezione di ogni singola informazione *in quanto parte di un flusso* in grado di produrre effetti cumulativi a lungo termine, si propone come un nuovo, rivoluzionario criterio di classificazione.

Il modello di riferimento di questo nuovo modo di concepire il rapporto tra mass media e individuo è quello del *processo di socializzazione*, definito come processo interattivo tra uomo e ambiente sociale attraverso il quale il secondo influenza il primo; in tali processi, viene osservato, i media rappresentano senz'altro una delle agenzie più diffuse.

Il paradigma degli effetti cumulativi aveva già focalizzato alcuni importanti capisaldi, in particolare:

- La dimensione temporale di lungo periodo degli studi.
- Il fatto che il processo di influenza non va esaminato in relazione a singoli messaggi o campagne, ma in chiave diacronica quale processo che si svolge in modo graduale e continuativo nel tempo.
- Gli effetti più rilevanti e stabili delle comunicazioni di massa si situano a livello cognitivo, più precisamente a livello delle modalità con cui le persone costruiscono la loro “rappresentazione della realtà” .
- Gran parte degli effetti psicosociali dei mass media non vanno considerati come conseguenze di specifiche azioni intraprese a fini persuasivi, ma come effetti collaterali.
- Gli individui dipendono, per le loro conoscenze, in buona misura, dai mass media.

Sebbene sia possibile affermare che gran parte della conoscenza della realtà (e la sua conseguente rappresentazione

mentale) derivi in modo diretto dal processo di socializzazione, è altrettanto evidente che gli effetti di tale processo *non possono dipendere in via esclusiva* dagli agenti socializzanti – mass media compresi –, piuttosto sono frutto dell’interazione tra questi fattori e le caratteristiche individuali, generali (l’insieme dei processi cognitivi) e specifiche (bagaglio esperienziale).

Anche grazie all’esigenza di dover far fronte ad uno scenario composito di ricerca, i due grandi ambiti di studio, psicologico e sociologico¹⁸, negli anni ’70 finiranno con il confluire nelle teorie degli effetti cumulativi a lungo termine; le due dimensioni (sociale e individuale) tenderanno a fondersi, così come le due discipline che daranno origine, come detto, alla psicologia sociale.

2.3. Alcune teorie sui media

I. Agenda Setting (M. McCombs e D. Shaw,1972)

La teoria fa riferimento ad un settore particolare delle comunicazioni di massa, quello del *giornalismo*, individuando una correlazione tra ciò che i media propongono e la rappresentazione della realtà dei fruitori. E’ basata sull’assunto che le conoscenze delle persone (che derivano sia dalla percezione sensoriale che da altre fonti) e la loro conseguente

¹⁸ Ricordiamo ancora una volta che, mentre alla base dell’approccio classico della psicologia c’è una concezione dell’individuo che è responsabile della costruzione della società (rappresentazione mentale), per la sociologia è viceversa quest’ultima che determina l’individuo (azione sociale).

rappresentazione del mondo, siano fortemente influenzate dall'organizzazione della realtà proposta dai mass media. Le informazioni trasmesse da quest'ultimi, infatti, sarebbero sempre implicitamente connotate per grado di rilevanza, contribuendo alla costruzione di un "quadro" della realtà in ordine a tali scelte – tale da orientare il pubblico nella medesima direzione.

Questo potere, detto appunto "di agenda" varia in rapporto alle aree tematiche trattate, rivelandosi maggiore per quelle più distanti da approcci esperenziali, i quali si pongono come concorrenti all'autoreferenzialità del media; in altre parole, tanto più le notizie proposte sfuggono dalla possibilità di verifica diretta, tanto più è forte l'influenza prodotta.

L'attribuzione di valore alle notizie avviene attraverso il cd. processo di *newsmaking*, che è l'insieme delle procedure redazionali di costruzione delle notizie, e si compone delle seguenti fasi: selezione, valorizzazione (enfasi, collocazione scaletta, tempo/spazio dedicato), narrazione (qualificazione). Mentre le prime due possono considerarsi variabili di carattere topologico che contribuiscono ad organizzare in modo simile la mappa cognitiva dei riceventi mettendoli a conoscenza (o meno) di certe notizie, la narrazione incide invece sulla polarizzazione valutativa di esse. Ricordiamoci sempre che i media non veicolano dati "puri" sulla realtà ma attribuiscono agli eventi una diversa *rilevanza* e una diversa *valutazione* di merito.

I pregi del modello consistono nell'approfondire la natura e la dimensione temporale degli effetti; i limiti sono dati dal non analizzare a fondo le dinamiche dei processi mediante i quali tali effetti di ristrutturazione cognitiva avvengono.

II. Cultivation Theory (G. Gerbner, 1971;1977)

Come la precedente teoria, essa investe solamente uno specifico ambito delle comunicazioni di massa – non il genere, piuttosto il medium: la televisione; la tesi trae origine da una serie di studi condotti circa i possibili effetti della violenza nei programmi televisivi. L'analisi dei risultati della ricerca ha portato a concludere che, a causa di una fisiologica discrasia tra la realtà e l'immagine che di essa ne dà la TV, la violenza mostrata genera nei fruitori un senso di paura in grado di influenzare le loro credenze, quindi la loro rappresentazione della realtà. E' questo il livello, secondo G. Gerbner, al quale si situano i principali effetti dei media che, in tale funzione, sostituiscono nella cultura moderna quel patrimonio di credenze che è dato dai miti.

Successivamente la teoria è stata integrata da una importante considerazione: la televisione, oltre a coltivare tali credenze, costituisce un vero e proprio agente di omogeneizzazione culturale, prendendo in considerazione l'intero flusso comunicativo che promana dal video. Mentre, infatti, le altre agenzie di socializzazione espongono gli individui a flussi di contenuti diversificati, la TV rende disponibili a tutti gli stessi contenuti, costituendo così la base per un modo condiviso di percepire la realtà.

Altri studi di settore, diversamente, prenderanno spunto proprio dalla confutazione di quest'ultima asserzione.

III. Knowledge Gap (P.J. Tichenor, 1970–75 – G.A. Donohue)

La teoria (letteralmente traducibile con “scarto di conoscenza”) prende in considerazione gli effetti dei media sul piano della distribuzione sociale delle conoscenze, di fatto

ripartite in modo diseguale tra i diversi membri della società. Nonostante la fruizione dei media interessi tutte le classi sociali e culturali, secondo i loro autori essa ha viceversa accentuato le differenze relative alle conoscenze, e ciò attraverso una diversa *modalità qualitativa della fruizione*.

Analisi svolte sul campo hanno dimostrato che i soggetti appartenenti ad uno status culturale elevato (che, nella quasi totalità dei casi coincideva con una buona condizione socio economica) si rapportavano con la televisione attraverso una sua fruizione che potremmo definire “attiva”, influenzata, cioè, da altri, diversi input ricevuti da diverse agenzie di socializzazione o interessi personali, oltre ad una maggiore sensibilità verso informazioni veicolate dalla stampa; viceversa, i soggetti campione caratterizzati dall'appartenenza ad uno status culturale meno elevato (*sic!*) dimostravano una elaborazione passiva dei contenuti, e possedevano una spiccata preferenza per il media televisivo.

Naturalmente, tale *gap* non risultava uguale in tutti gli ambiti tematici: nel caso in cui il media approfondiva argomenti correlati con le loro abitudini di vita o con specificità legate all'attività professionale, ad esempio, persone di status culturale inferiore dimostravano una modalità di fruizione simile a quella dei loro omologhi culturalmente superiori, ovvero erano in grado di acquisire le informazioni in modo critico, date le conoscenze pregresse.

In quest'ottica, il problema del rapporto tra il soggetto e i media si configura in primo luogo su un livello che potremo definire “socio-motivazionale”, e quindi si sposta su quello della capacità di comprensione e di strutturazione delle informazioni. Rimane però come dato acquisito il fatto che persone che posseggono schemi cognitivi più complessi sono in grado di ricavare dai media (e da ogni altra agenzia di socializzazione) un apporto conoscitivo più consistente.

IV. Spirale del Silenzio (N.Neumann, 1984)

Si tratta di una teoria sulla dinamica dell'opinione pubblica, e trova la sua origine in un incarico commissionato all'autrice dal Partito Socialdemocratico Tedesco per verificare l'impatto dei media nell'ambito delle campagne elettorali. Essa poggia sull'ipotesi che le persone esprimono le loro opinioni nella misura in cui le percepiscono *condivise* dal proprio gruppo sociale; in particolare, quelle coerenti con credenze e valori comuni, si diffondono più facilmente.

Il concetto di opinione pubblica può essere definito sia come ciò che si può esprimere pubblicamente in caso di controversia senza volersi isolare, ed anche, tautologicamente come opinione dominante sui media. Studi condotti sulla psicologia dei gruppi hanno dimostrato che, nel caso di opinioni divergenti, hanno maggiore capacità di persuasione coloro che argomentano con forza la loro posizione; nel campo delle comunicazioni di massa, tale aspetto si traduce nel concetto di *visibilità mediatica*. Gli indecisi, pertanto, tendono ad uniformarsi a quello che ritengono essere l'opinione della presunta maggioranza (l'opinione pubblica, appunto).

Ogni società, che è espressione di una cultura, tende a difendere il proprio ordine istituzionale attraverso due meccanismi principali basati o sulla censura delle opinioni discordanti (in campo macrosociale è, appunto, il meccanismo della cd. "Spirale del silenzio" che rende di fatto inaccessibile la loro conoscenza), o attraverso sanzioni formali e informali date da leggi, ma soprattutto – nel campo delle relazioni interpersonali – dalla riprovazione da parte di altre persone.

In sintesi, l'autrice conclude che riuscire a controllare i mass media può dare ad un gruppo di potere la capacità di esprimere

con forza e frequenza le sua opinione su vasta scala, creando nel pubblico una impressione della situazione a loro favorevole, a prescindere che lo sia realmente, e orientando così il giudizio del pubblico.

Va infine ricordato che, a causa del fatto che gli effetti dei media sono in gran parte inconsci, le persone tendono a non distinguerli da quelli ottenuti da altre fonti, bagaglio esperenziale compreso. Il fattore di auto-referenzialità dei dati e delle notizie riportati dai media (al pari dei sondaggi di opinione, la cui difficile accessibilità della verifica non sembra diminuirne la portata degli effetti) si pone quindi come variabile principale nel processo di formazione dell'opinione pubblica.

Tabella riassuntiva

TEORIE	OGGETTO
Agenda setting <i>(Mc Comb e shaw, 1972)</i>	giornalismo
Cultivation theory <i>(Gerbner, 1971;1977)</i>	televisione
Knowlwdge gap <i>(Tichenor, 1970 – Donohue 1975)</i>	distribuzione sociale delle conoscenze
Spirale del silenzio <i>(Noelle Neumann, 1984)</i>	opinione pubblica

2.4. Tre approcci complementari

Una nota a parte meritano tre approcci che approfondiscono il problema a partire dalle dinamiche strettamente collegate alle modalità di elaborazione cognitiva, e che quindi possono fornire un prezioso elemento di integrazione alle teorie di cui sopra.

La prima, rifacendosi a quanto già in precedenza F.C. Bartlett e J. Piaget avevano ipotizzato, ovvero che le attività di percezione e di memoria fossero attività costruttive e non meri processi riproduttivi, definiscono gli “schemi cognitivi” – da cui il nome della teoria – come organizzazioni personali dei significati soggettivi (o approcci cognitivi pre-strutturati) costituiti da conoscenze applicabili a ciò che l’individuo percepisce direttamente o indirettamente. Possono essere altresì definiti come insiemi gerarchicamente interrelati di aspettative e ipotesi, ovvero veri e propri schemi che funzionano come regole di possibilità e orientano l’attività interpretativa dell’uomo, trasformandosi in schemi comportamentali. E’ ciò che accade quando, ad esempio, nell’affrontare una curva con l’auto su una strada che conosciamo, in un certo qual modo il nostro cervello anticipa l’evento, fornendoci una rappresentazione di ciò verso cui andiamo incontro, collegandola all’azione necessaria ad affrontarla e comprimendo così i nostri tempi di reazione.

Tali schemi cognitivi sono frutto di un processo progressivo di apprendimento, ed implicano un processo di costruzione della realtà soggettivo.

Un’altra ipotesi, che prende nome dai suoi autori E. Saphir e B.L. Whorf, si basa sull’assunto che l’uomo costruisca la realtà sulla base del linguaggio che adotta e della cultura a cui appartiene. Il mondo viene pertanto organizzato in larga misura dal sistema linguistico delle menti: le categorie grammaticali si configurano quindi come categorie logiche.

Data la mole di implicazioni contenute in tale affermazione, non ultime alcune riserve da parte di chi scrive, non approfondiremo la questione, rimandando, per chi volesse farlo, alla bibliografia; come già indicato in altre occasioni,

cercheremo di utilizzare le linee guida della teoria ai soli fini del presente lavoro.

Infine, merita una particolare menzione la Teoria delle rappresentazioni Sociali sviluppata da Serge Moscovici. Uomo dalla formazione umana e intellettuale eterogenea: da operaio tornitore a psicologo sociale, formatosi alla Scuola ebraica in Bessarabia, attraverso il campo di lavoro nella Romania nazista, e infine frequentando la facoltà di psicologia alla Sorbona di Parigi; dalle rive del Danubio (dove era destinato ad un duraturo impiego come commerciante di cereali), all'amicizia col poeta Paul Celan. I suoi studi sono considerati fondamentali al fine di riuscire a rinnovare, dagli anni Settanta, la psicologia sociale europea e di liberarla dall'egemonia di quella statunitense, non soltanto la "Teoria delle rappresentazioni sociali" (semplificabile nella definizione di: "costruzioni mentali in cui una realtà non è più quella che è ma come una comunità se la figura"), ma anche la "Teoria della influenza sociale delle minoranze", e infine la "Teoria del consenso sociale e le decisioni collettive". Tre filoni di ricerca in cui prevale l'attenzione agli effetti della società sulla mente e in cui si privilegia la dimensione del cambiamento sociale.

Soffermandoci sulla prima, definiamo "rappresentazione sociale", come già accennato, un sistema cognitivo costituito da valori, nozioni e pratiche, una struttura di implicazioni che connette ad esse la dimensione cognitiva, avente carattere sociale. La teoria procede da uno studio approfondito delle rappresentazioni sociali della psicanalisi, il quale ha permesso l'evidenziarsi del fatto che ci possono essere più rappresentazioni di uno stesso oggetto, le cui differenze possono essere ricondotte al livello sociale e culturale del gruppo di riferimento che influenza profondamente il soggetto nel processo. Da ciò Moscovici desume che la

rappresentazione sociale è di ordine cognitivo: struttura cioè le informazioni sull'oggetto della rappresentazione e gli atteggiamenti del soggetto riguardo ad esso, divenendo guida per l'azione e allo stesso tempo un modello d'interpretazione della realtà. L'articolarsi della teoria comporta quindi una dialettica permanente tra apparato psichico, funzionamento cognitivo e organizzazione sociale, investendo contestualmente la dimensione psicologica e sociologica dell'individuo.

L'attività di rappresentazione della realtà, diversamente dalla teoria degli "Schemi Cognitivi", non avviene a livello soggettivo ma sociale, grazie ad un universo simbolico consensuale condiviso che ne definisce il significato. Si presta ad approfondire gli spunti suggeriti dalla Cultivation Theory e dalla Teoria del Knowledge Gap; viceversa, la teoria degli "Schemi Cognitivi" meglio si adatta a quella dell'Agenda Setting.

2.5 Una ipotesi di modello sociale

La natura stessa degli studi settoriali ai quali abbiamo accennato, nel tentativo di dare una risposta al quesito che è alla base della nostra trattazione, non poteva avere come obiettivo metodologico quello di costruire un modello sociale di cui i media rappresentano il fulcro del suo sviluppo. E' quanto invece si propongono, sia pure con approcci diversi Marshall McLuhan e Erwing Goffman, e, infine, nel suo recuperare alcuni aspetti salienti di entrambi gli approcci, venti anni più tardi, Joshua Meyrowitz.

Il nome di Marshall Mc Luhan è tradizionalmente accostato ai media in termini enfaticizzati. Solitamente si parla di lui come del *guru* delle comunicazioni di massa, e la sua fama, soprattutto nei paesi dell'America del nord, è legata senz'altro ad una sapiente miscela di immediatezza e ad un approccio disinvolto¹⁹.

Sull'onda emotiva dei grandi cambiamenti culturali della fine degli anni Sessanta, la sociologia si sentì investita del compito di riuscire a dare una spiegazione a quanto stava succedendo, e Mc Luhan, senza esitazione, non più tardi del 1963, in forte anticipo rispetto alle conclusioni di altri studiosi, puntò l'indice verso i media elettronici che definì vere e proprie estensioni dei sensi dell'uomo; di conseguenza – ne concluse – con il variare dell'equilibrio sensoriale della popolazione non poteva non verificarsi una alterazione della coscienza soggettiva, da cui i mutamenti sociali.

Alcune tra le sue definizioni più famose, prima tra tutte quella che riassume la linea portante del suo impianto teorico: “il media è il messaggio”, ma anche “il media è il massaggio”²⁰, che allude alla sua capacità di fornire non solo i contenuti, ma anche le regole per decodificarli, si può dire essere state addirittura rafforzate dal tempo che è trascorso dalla loro codificazione. Tuttavia, egli non si sofferma ad approfondire la relazione tra media e processi cognitivi, orientando piuttosto la sua ricerca su un filone antropologico che mette in correlazione alfabetizzazione e ristrutturazione

¹⁹ Non vuol essere questo un giudizio negativo, tutt'altro; tale considerazione si contrappone alla diffidenza con la quale la cultura europea accolse inizialmente le teorie dello studioso (riportato da J. Cazeneuve, “I poteri della televisione”, Armando Editore, Roma 1972, p. 57)

²⁰ Marshall Mc Luhan, “Il medium è il massaggio”, Feltrinelli Milano 1968.

delle attività intellettuali²¹, spingendosi fino alla previsione di un futuro caratterizzato da un ritorno ad una sorta di tribalismo come conseguenza del rinnovato rapporto dell'uomo con i suoi sensi amplificati.

In sostanza Mc Luhan ci dice che i responsabili degli sconvolgimenti sociali di quegli anni sono da attribuirsi ai media, senza però spiegarci, se non in termini troppo vaghi per la sensibilità scientifica europea, *come* ciò avviene; senza rispondere in modo esauriente alla domanda cruciale che è, sin dall'inizio, alla base della communication research: "cosa è che modella il comportamento umano?" Un altro sociologo, negli stessi anni, prova a dare una risposta.

* **

Nel 1955, Erwing Goffman, trentenne, in incognito si trasferisce nel manicomio di S. Elizabeth, a Washington, e vi rimane per un anno e mezzo, osservando il comportamento dei degenti sul piano relazionale alla ricerca di quelle che potremmo definire le "regole" del loro mondo chiuso. Goffman è uno studioso dai metodi e dal curriculum poco ortodossi: si è iscritto alla facoltà di chimica, poi si è dedicato al cinema, e infine si è laureato in sociologia a Toronto, poi a Chicago; per svolgere la sua tesi di dottorato ha assunto l'identità fittizia di un americano interessato alle tecniche agricole così da poter esaminare indisturbato la struttura sociale della comunità dell'isola di Unst, nelle Shetland²². Legge testi di sociologia,

²¹ Si è accennato, in precedenza a Derrick DeKerkhove, suo allievo, che ha cercato di fornire un contributo a tale ipotesi attraverso una ricerca maggiormente vincolata a metodologie scientifiche.

²² Per alcune integrazioni alle note biografiche viene fatto riferimento, tra gli altri, all'articolo di Marco Belpoliti pubblicato su La Stampa il 26 maggio 2001, dal titolo: "Clinica, prigione, caserma: i luoghi in cui si deve lottare per restare liberi", e Alessandro Dal Lago, su Il Manifesto 25 gennaio 2002: "Bourdieu l'ultimo maestro".

ma anche psicologia, narrativa, medicina, autobiografie, alla ricerca di una traccia che possa concretizzarsi in un metodo di studio. Nel 1959 pubblica “La vita quotidiana come rappresentazione”, seguito da “Asylum” (1961), dove il concetto di *istituzione totale* (nella quale le attività quotidiane vengono unificate in uno spazio chiuso e sottoposte ad un’unica autorità così da abolire ogni forma di libertà individuale, evidenziando così i meccanismi sociali di adattamento) diventa familiare al pubblico americano.²³

Egli describe

*[...] la vita sociale come una sorta di recita teatrale su molti palcoscenici, in cui ognuno di noi interpreta ruoli diversi in differenti arene sociali a seconda del tipo di situazione.*²⁴

Per sommi capi, il concetto alla base del modello sociale di Goffman è questo: gli individui cambiano continuamente ruoli e costumi, aderendo ad una matrice comportamentale convenzionale, ed impegnandosi affinché nessuna delle rappresentazioni sia antitetica ad un’altra *recitata* in una situazione diversa.

“Ad ogni partecipante è permesso di istruire delle regole, o almeno di tentare di farlo, su argomenti che sono vitali per lui, ma non di immediata importanza per gli altri [...] si raggiunge così nell’interazione una specie di modus vivendi.

²³ Per completezza è necessario aggiungere, pur senza addentrarsi nel concetto, che tale formulazione non è opera di Goffman, che ha però il merito di averla introdotta nella cultura americana ed europea degli anni Sessanta.

²⁴ J. Meyrowitz., “Oltre il senso del luogo”, Baskerville, Bologna 1995, p.4.

Assieme, i partecipanti contribuiscono ad un'unica e generale definizione della situazione [...]”²⁵

Come risultato si ha questa complessa interazione di comportamenti che, nella globalità, definiscono l'intero ambiente sociale, perpetuandolo ma anche modificandolo nel tempo grazie ai piccoli ma essenziali contributi di ogni gruppo. Va da sé che il modello è strutturato in modo più complesso di quanto accennato, approfondendo i vari livelli di comunicazione, non solo inter-personali, ma anche intra-personali; ed è altrettanto evidente che il concetto di ruolo e di rappresentazione non si inserisce nella sterile cornice della dicotomia vero-falso:

“Nella cultura anglo-americana sembrano esistere due modelli di buon senso, in base ai quali possiamo formare i nostri concetti del comportamento: la rappresentazione vera, sincera e onesta, e quella falsa accuratamente messa in scena [...] va detto che ci sono molti individui che credono sinceramente che la definizione della situazione che essi abitualmente proiettano sia la vera realtà. [...] Una rappresentazione riesce nella misura in cui i testimoni possono credere che gli attori siano sinceri [...]”²⁶

Una ulteriore distinzione tra ruoli interpretati è resa, esteticamente, dal setting nel quale essi prendono vita, distinguendo quelli di “*primo piano*” – ovvero di fronte ad un pubblico al quale il soggetto si relaziona con la volontà di trasmettere informazioni sul suo conto – da quelli di “*retroscena*”:

²⁵ E. Goffman, “La vita quotidiana come rappresentazione”, Il Mulino, Bologna, 1978, p. 22.

²⁶ E. Goffman, op.cit. p. 84.

“Nei confronti di una data rappresentazione il retroscena può essere definito come il luogo dove l’impressione voluta dalla rappresentazione è scientemente e sistematicamente negata.[...]”²⁷

Il mescolarsi tra ruoli di primo piano e di retroscena, dovuta, in via principale, dall’avvento del media elettronico, ha aperto la strada ad una serie di interessanti ipotesi riguardanti l’evoluzione di alcuni ruoli, tra i quali quelli interpretati da personaggi pubblici, in particolare dai rappresentanti del potere politico; non essendo però questa la sede adatta ad approfondire tali concetti, si rimanda ancora una volta alla bibliografia.

Può invece risultare interessante fare alcune considerazioni prendendo come riferimento il modello delle rappresentazioni sociali così come è stato descritto nelle sue linee essenziali, al fine di poterlo rileggere da un’ottica pertinente ai temi di questa trattazione. In relazione a quanto esposto in precedenza, (ed anche grazie al fatto che abbiamo avuto poco meno di cinquanta anni per poterlo valutare alla luce dei mutamenti sociali), l’impianto teorico – pur conservando un immutato fascino, oltre che gran parte della sua validità descrittiva – può essere messo in discussione a causa di un suo presupposto poco più che implicito, ma non per questo dalle conseguenze trascurabili.

L’ambiente descritto da Goffman sembra infatti essere caratterizzato da una forte componente dinamica in superficie e allo stesso tempo da una opprimente staticità nel profondo. Ci riferiamo al fatto che, nel processo di adattamento sociale – e, in senso più generale, nel progredire storico e culturale della società – *ciò che varia è soltanto il tipo di attività necessaria a*

²⁷ E. Goffman, op.cit.. p. 134

tale adeguamento, viceversa *i ruoli* sono rigidi, le regole fisse, ed entrambi preesistenti al momento della loro rappresentazione. Le critiche a questa teoria definiscono il suo dinamismo come una

[...] *proiezione di forme su una superficie statica.*²⁸

In altre parole, il modello è in grado di fornire una esauriente spiegazione nei riguardi delle dinamiche pertinenti il comportamento sociale, ma non rende ragione del fatto che gli stessi ruoli sono soggetti a cambiamenti, o addirittura ne possano emergere di nuovi; non c'è da stupirsi, quindi, se alla fine degli anni Sessanta, l'emergere di nuovi attori sociali ed i conseguenti rivolgimenti infersero un duro colpo all'attendibilità della teoria.

La distinzione in comportamenti *da retroscena* e comportamenti *di primo piano*, perde molto della sua capacità di spiegazione delle dinamiche sottostanti alle interazioni sociali, se irrigidita nello scenario dei rituali sociali pre-determinati proprio da questo interagire tra i soggetti. Tuttavia la considerazione non impedisce di recuperare ai fini del presente lavoro l'importanza della distinzione tra i vari "palcoscenici", la cui efficacia rappresentativa è direttamente proporzionale alla possibilità di riuscire a costruire di un modello di relazione sociale basato su ruoli: la possibilità di usufruire di uno spazio da retroscena permette infatti all'attore sociale di provare la parte, condividere il suo spazio segreto con altri (quindi definire la sua appartenenza ad un gruppo), e infine creare (e successivamente mantenere) una distanza dagli altri capace di conferire forza relativa al ruolo interpretato.

Abbiamo già sottolineato che termini come "ruolo", "attore", "rappresentazione", mutuati dalla letteratura, non debbono

²⁸ J. Meyrowitz, op.cit. p.5.

necessariamente alludere ad un'idea di artificiosità o addirittura di falsità insita nel comportamento sociale. Poiché un uomo necessariamente produce impressioni, è necessario gestirle in modo tale che forma e contenuto si equivalgano, a rischio di compromettere l'uno o l'altro. Ciò non deve togliere niente alla censurabilità di un atteggiamento (pensiamo ad esempio ad un'alta carica istituzionale) che non sia accompagnato dall'effettivo svolgimento del lavoro di competenza, ma anche sottolinea la necessità sociale che lo stesso soggetto, oltre a svolgere la sua funzione, *si comporti come chi deve svolgerla*.

Va infine detto che la teoria, nel suo insieme, risente del clima culturale dell'epoca, nonché degli strumenti di indagine che hanno portato alla sua codificazione²⁹; inevitabilmente, come già evidenziato, trovò serie difficoltà a spiegare i grandi mutamenti che si sarebbero verificati nei dieci anni successivi.

E' stato – tra gli altri – il sociologo Joshua Meyrowitz che, a distanza di venti anni, ha cercato di recuperare alcuni degli aspetti fondamentali degli studi di Mc Luhan e Goffman, riconducendoli ad una nuova teoria in grado di amalgamare le conclusioni a cui entrambi erano pervenuti.

Muovendo ad ambedue i modelli sostanzialmente le stesse critiche espresse da chi scrive, ne valorizza gran parte delle argomentazioni mantenendo inalterata sia la conclusione di Mc Luhan, secondo cui i media sono responsabili degli stravolgimenti sociali, sia il modello minimo di attore di Goffman, individuando nella riorganizzazione degli ambienti di vita (e non solo nella ri-definizione della situazione come

²⁹ Il modello può essere ricondotto alla matrice situazionista, ovvero definito attraverso una analisi basata sull'osservazione dei modi in cui si modella il comportamento sociale e le situazioni sociali, che parte dallo studio degli effetti per ricondurli alle cause.

afferitava quest'ultimo) il meccanismo con il quale l'influsso dei media si lega alla rappresentazione psicosociale della realtà.

Secondo Meyrowitz, infatti, in tali ambienti, nel loro de-strutturarsi e ri-strutturarsi grazie all'azione dei media elettronici, quelle che vengono a mutare sono le modalità di interazione tra i soggetti, i quali, *nell'indebolimento della percezione tra lo spazio fisico e quello sociale* (che è anche virtuale) si troverebbero a dover di fatto adeguare il loro comportamento a tale realtà. Il vincolo del "senso del luogo", responsabile dello strutturarsi di abitudini quotidiane, verrebbe così a cadere proprio a causa di quella "estensione dei sensi" a cui faceva riferimento Mc Luhan; di conseguenza la distinzione tra i ruoli di retroscena e primo piano, pur rimanendo valida sul piano teorico, si troverebbe ad inscrivere a sua volta in una dinamica di mutamento dei palcoscenici stessi, poiché il variare del contesto di riferimento produce necessariamente nuovi ruoli e nuove regole. L'uomo dell'età moderna, alla ricerca di un equilibrio all'interno di uno scenario vastissimo, dove i punti di riferimento si sono dilatati a dismisura, si troverebbe così costretto, nel reinventarsi, a reinventare anche il suo modo di relazionarsi con gli altri.

3. INFORMAZIONE, PUBBLICITÀ, INTRATTENIMENTO

Il problema dell'*informazione* trasmessa dai media verrà affrontato nella sola misura in cui questa incide nel mutamento dei rapporti umani, sia intra-personali che inter-personali. In particolare, faremo riferimento a quelle fattispecie nella quale l'informazione veicolata è in grado di influenzare l'atteggiamento del pubblico (nelle modalità bene esemplificate

dalla teoria della “Spirale del Silenzio”, tra le altre, e cioè orientando l’opinione pubblica nell’ambito della notizia), ma anche — e soprattutto — a proposito di quei contenuti impliciti che sono in grado di sortire i loro effetti sul piano dell’attività percettivo-rappresentazionale delle persone, cioè sulla loro “immagine della realtà”.

Innanzitutto, possiamo tracciare una prima distinzione tra *influenza “diretta”* (indicando con tale definizione informazioni essenziali allo scopo di orientare l’opinione e quindi, almeno potenzialmente, il comportamento che ne consegue) e *influenza “indiretta”* (in relazione a informazioni riconducibili alla teoria degli effetti cumulativi). Esempi pratici della prima possono essere dichiarazione di intenti da parte dei candidati durante la campagna elettorale, o notizie di fatti di particolare gravità, tali da connotare immediatamente l’ambito a cui si riferiscono, come un fatto criminoso — rispetto al quale l’opinione pubblica tende ad assumere una posizione pressoché univoca di condanna.

L’attività divulgativa che si iscrive nel secondo filone, racchiude invece tutte quante le informazioni in grado di produrre effetti che vanno oltre all’oggetto specifico: una notizia di furto, quando ispira un sentimento di paura rispetto alla possibilità che si verifichi in casa propria (rif. “Cultivation Theory”), o addirittura uno spot pubblicitario, nel veicolare l’immagine del prodotto intimamente correlata alla soddisfazione di aspettative di tutt’altro genere da parte del consumatore.

Tale distinzione, se da un lato si pone come obiettivo principale quello di evidenziare il concetto, dall’altro non sfugge all’apparente ambiguità di una eventuale duplice collocazione di uno stesso messaggio in entrambe le categorie; tuttavia preme far rilevare che anche i singoli *input* che vanno a

costituire il processo degli effetti a lungo termine possono produrre anche solo limitate conseguenze in tempo reale.

Rispetto al problema della *veridicità* dell'informazione, un elemento di riflessione è senz'altro dato da un esame di congruità che può essere fatto riguardo la relazione esistente tra la notizia, così come è veicolata, e quello che è *l'interesse della proprietà editoriale*, sia che si tratti di un giornale o un media elettronico.

[...] A dominare è il giornalismo compiacente, mentre quello critico perde colpi. C'è persino da chiedersi se ai tempi della globalizzazione e dei megagruppi mediatici la nozione di stampa libera non si stia perdendo. In questo senso, le dichiarazioni di Serge Dassault confermano ogni timore. Appena assunta funzione, il nuovo proprietario del Figaro ha detto ai redattori: «Auspicherei, per quanto possibile, che il giornale valorizzi le nostre imprese»³⁰.

e ancora:

³⁰ I. Ramonet, *Le Monde Diplomatique*, ed. it. gennaio 2005. A proposito dell'editore citato si riporta il seguente articolo: "Il Conseil Constitutionnel si è trovato tra le mani la patata bollente del « doppio ruolo » di Serge Dassault, che controlla l'omonima impresa di costruzioni aeronautiche (molto attiva nelle forniture militari allo Stato francese). Dassault è al tempo stesso senatore e imprenditore privato, circostanza che ha provocato polemiche nei mesi scorsi. Il corrispettivo francese della nostra Corte costituzionale ha stabilito che non esiste alcuna incompatibilità nel caso di Serge Dassault, che può dunque continuare tranquillamente la sua duplice attività politica e professionale. Tuttavia il conflitto d'interesse di industriale degli armamenti, non finisce lì: il grande imprenditore aeronautico (che sforna tra l'altro i cacciabombardieri Mirage e Rafale) è anche editore, visto che nel 2004 ha preso il controllo del gruppo che fu di Robert Hersant e che include tra l'altro il quotidiano *Le Figaro*". (da "Panorama" del 5/1/05)

[...] recentemente il gruppo Socpresse, editore di una settantina di testate tra cui Le Figaro, L'Express, L'Expansion, e di decine di giornali regionali, è stato a sua volta acquistato da un fabbricante d'armi, Serge Dassault. Com'è noto, un altro industriale degli armamenti, Arnaud Lagardère, è già proprietario del gruppo Hachette che possiede circa 47 riviste (tra cui Elle, Parents, Première) e vari quotidiani quali La Provence, Nice Matin o Corse Presse. Se i dati della diffusione dovessero continuare a scendere, la stampa scritta indipendente rischierebbe di cadere a poco a poco sotto il controllo di un ristretto numero di industriali – Bouygues, Dassault, Lagardère, Pinault, Arnault, Bolloré, Bertelsmann...– che moltiplicando le reciproche alleanze mettono a repentaglio il pluralismo³¹.

E' possibile, altresì che la linea editoriale non sia legata direttamente ad un interesse commerciale in senso stretto, ma piuttosto possa essere ricondotta ad un più vasto orizzonte politico a cui fa riferimento. Tuttavia, anche una campagna di informazione asservita a tali fini non è esente dal rischio di sortire effetti contrari a quelli perseguiti; a questo proposito, tra i casi recenti più eclatanti possiamo ricordare la campagna condotta a favore dell'attacco all'Iraq da parte degli Stati Uniti d'America:

[...] Sulla prima pagina del New York Times si potevano leggere titoli quali: 'Arsenale segreto [dell'Iraq]: caccia ai batteri da guerra', 'Un disertore descrive i progressi della bomba atomica in Iraq', 'un iracheno parla dell'ammodernamento dei siti delle armi chimiche e nucleari', o 'Disertori avallano i dati americani contro l'Iraq: i funzionari confermano. Tutti questi articoli si sono rivelati

³¹ I. Ramonet, op.cit.

pura e semplice propaganda. [...] In Spagna, per esempio, dopo gli attentati dell'11 marzo 2004, i media controllati dal governo di José Maria Aznar si sono prestati a una manipolazione che tentava di imporre una «verità ufficiale» per fini elettorali, e cercava di occultare le responsabilità delle rete Al Qaeda attribuendo invece il crimine all'organizzazione basca Eta. Tutti questi episodi, così come l'alleanza sempre più stretta con i poteri economico e politico, hanno inferto un colpo terribile alla credibilità dei media [...] Negli Stati Uniti, il caso Jayson Blair, il giornalista–divo autore di numerosi falsi, che ha copiato articoli da Internet e si è inventato decine di storie, ha causato un danno enorme al New York Times, che aveva dedicato spesso la prima pagina alle sue affabulazioni. Questo giornale, considerato dai professionisti come un punto di riferimento, ha vissuto in quella occasione un vero terremoto: i due redattori–capo, Howell Raines e Gerald Boyd, sono stati costretti a dimettersi [...]

Normalmente, al pubblico è noto – o quantomeno dovrebbe esserlo – l'orientamento politico del media a cui fa riferimento: esistono infatti quotidiani o periodici dichiaratamente emanazione di un partito, o che appartengono ad una area meno specifica ma egualmente collocabile. Viceversa, almeno in Italia, la gestione delle concessioni radiotelevisive ha creato non poche ambiguità, introducendo di fatto nel servizio pubblico sotterranei ma consistenti elementi di influenza politica. Rimane come dato di fatto la certezza dell'impossibilità di veicolare una notizia in modo perfettamente obiettivo, a partire dal solo fatto di privilegiare un singolo fatto rispetto ad un altro, o a dargli una collocazione nella scaletta (rif. “Agenda Setting”). Esistono tuttavia, sul piano dell'analisi svolta, alcune eccezioni di ordine quanto meno metodologico, tra le altre “Il Manifesto” in Italia e “Le

Monde Diplomatique” in Francia: cooperative nelle quali sono i giornalisti gli editori di se stessi, aldilà di ogni ragionevole dubbio di subordinazione ad interessi economici o politici di “una” proprietà. Tali realtà si configurano come una sorta di “terza via” tra quel giornalismo che, per essere tale – *tuonava* Karl Marx – non deve essere professione, cioè non essere asservito a finalità economiche, ed un panorama caratterizzato da una informazione troppo spesso al servizio di interessi che ne alterano i contenuti³².

Naturalmente il media, in quanto azienda, è per forza di cose vincolato anche ad una logica di bilancio; entra quindi in gioco la principale variabile, ovvero la *pubblicità*. L’equazione è lineare: maggiore è il pubblico che legge il giornale, che segue la trasmissione televisiva o si collega ad un sito web, maggiore è il ricavo che si può ottenere dagli spazi pubblicitari in esso presenti. A questo proposito, riguardo la carta stampata, è significativa

*[...] la devastante offensiva dei quotidiani gratuiti. In Francia, in termini di audience 20 Minutes è già largamente in testa, e raggiunge in media 2 milioni di lettori al giorno, distanziando abbondantemente Le Parisien (1,7 milioni) e un altro giornale gratuito, Métro, letto ogni giorno da 1,6 milioni di persone. Queste testate attirano a sé importanti flussi pubblicitari, dato che gli inserzionisti non fanno distinzioni tra chi compra il giornale e chi lo riceve gratuitamente. Per resistere a questa concorrenza, alcune testate, soprattutto in Italia e in Spagna, in Grecia e in Turchia, propongono ogni giorno, contro un piccolo supplemento di prezzo, dvd, cd, libri, enciclopedie [...]*³³

³² Ricordiamo che le testate giornalistiche autonome non usufruiscono di fondi statali destinati a colmare i disavanzi di bilancio.

³³ I. Ramonet, op.cit.

Il cerchio così si chiude: da elemento accessorio, la pubblicità, nel settore della carta stampata, arriva ad essere la prima ragion d'essere di un numero crescente di quotidiani che utilizzano il pretesto di una informazione poco più che superficiale per attirare a sé, quindi veicolare, le proposte di un gran numero di inserzionisti che non distinguono se il giornale viene acquistato o distribuito gratuitamente.

Potremmo riflettere – nello spirito dell'articolo da cui è tratta la citazione – sul fatto che questi quotidiani ad *apparente* costo zero di fatto abbassano il numero delle vendite degli altri che debbono essere viceversa acquistati, limitando così la circolazione di una informazione di certo più strutturata ed approfondita. Ed anche sul fatto che, rappresentando la pubblicità una risorsa economica fondamentale (poiché le aziende sono disposte continuamente ad investire, dato che il ricarico dei costi viene applicato sui prodotti, e quindi sul cliente) la possibilità di moltiplicare gli spazi destinati a tale scopo rischia di incidere in modo più che significativo sulla programmazione editoriale. Abbiamo menzionato i quotidiani gratuiti, ma potremmo parlare degli inserti anche tri-settimanali dei giornali (per i quali talvolta è richiesto addirittura un supplemento di prezzo, ma il cui rapporto pagine pubblicitarie/informazione è drasticamente sbilanciato a favore delle prime), e, per quanto riguarda la televisione, di occasioni create ad hoc – come i tanti tornei di calcio pre-campionato – che, oltre a discutibili intenti celebrativi sono produttivi sul fronte dell'incasso derivante dalla vendita dei biglietti, dei diritti pagati dallo sponsor cd. “ufficiale” e di quelli televisivi.

Il criterio di auto referenzialità dalla televisione, rende ragione della celebre profezia di Andy Warhol che metteva in stretta correlazione i quindici minuti di celebrità a cui tutti

potevano aspirare con un semplice *passaggio* televisivo. L'idea che quanto veicolato dal media sia garanzia di qualità, di autenticità o comunque rappresenti un paradigma di standard di elevato livello – implicitamente sovrapponendo i concetti di popolarità e di meritocrazia – ci riporta a due nozioni già affrontate: la figura dell'*opinion leader* definita da Paul Lazarsfield, e la teoria dell'opinione pubblica alla base della cd. Spirale del Silenzio. L'idea di “televisione” come finestra sul mondo diviene, in questa chiave, vetrina virtuale nella quale esporre ad un pubblico sterminato i prodotti più svariati. Con il semplice espediente di utilizzare un tramite di fiducia tra prodotto e spettatore, così da creare un legame di garanzia in realtà poco definito ma di grande effetto immediato, ecco che è possibile incidere in modo significativo non solo sulle scelte, ma anche – spostandosi dal piano comportamentale a quello cognitivo – sui *valori* e sulle preferenze dei consumatori.

E' noto che l'Italia (ma anche altri paesi d'Europa) da sempre importa *format* di programmi di intrattenimento quali quiz, talk show e, in tempi più recenti, persino reality show³⁴. Proviamo adesso a valutare quelle che sono le potenzialità in termini di propaganda pubblicitaria di un programma che va in onda con cadenza periodica, condotto (ed anche ben condotto) da un esponente del mondo del giornalismo, della cd. classe intellettuale, o anche solo semplicemente da un presentatore al quale è riconosciuta fama di “colto”. Uno spunto di discussione, l'intervento di una autorità (o presunta tale) in una particolare materia si pone, anche solo implicitamente, come

³⁴ Con il termine “format” si intende uno schema di programma già sperimentato e riproducibile presso altre emittenti anche straniere, con modifiche più o meno sensibili. Capostipite di questa tradizione — in Italia — è il celeberrimo “Lascia o raddoppia?” originariamente in programmazione in Francia.

un'occasione di promozione sia della persona che del prodotto ad essa associato.

Il pubblico, che trasferisce la stima che ha del conduttore sul prodotto che propone, è così fortemente incentivato ad acquistarlo o a fruirne – nel caso si tratti, anziché di un libro, di un film, ad esempio – conferendo alla mediazione un valore aggiunto; e poiché tale valore aggiunto è senz'altro monetizzabile, possiamo senz'altro affermare che il meccanismo è del tutto simile a quello che avviene nel *set* della pubblicità “pura” che si avvale dei cd. *testimonial*. Il prodotto, nell'essere presentato in un contesto (e con apparente unica finalità) di “informazione”, in primo luogo diviene visibile – ed è questo il primo presupposto per la sua vendita – e lo diviene in modo direttamente proporzionale alla diffusione del programma, e con un'efficacia che una campagna sul territorio non potrebbe avere, se non a costi economici ed organizzativi altissimi. In secondo luogo il prodotto non solo viene acquistato (o fruito) in modo quantitativamente rilevante, ma spesso – data la mediazione – *piace* ed è a sua volta il primo anello di una nuova catena di consumo che, diversamente, non sarebbe probabilmente mai cominciata³⁵. La degenerazione di tale approccio è data da una esplicita *messa in vendita di parti del palinsesto* così che gli editori o i produttori possono presentare – in forma di intervista, magari – il libro o il film di prossima uscita.

Quanto affermato non deve tuttavia essere interpretato come una critica *tout court*, bensì, in accordo con le finalità proprie

³⁵ Lungi dall'entrare nel merito della qualità di quanto proposto, riportiamo un commento relativo ad un forum nel quale, tra gli altri, partecipa Vincenzo Cerami dal titolo “Ma un best seller si fabbrica o si crea?": [...] Una comparata al Maurizio Costanzo Show vale cento volte di più di una buona recensione [...]. (tratto da: Rai Educational: *Ma un best seller si fabbrica o si crea?*)

del presente lavoro, fornire uno spunto di riflessione ulteriore nei riguardi del rapporto che lega l'interesse economico ai mezzi di comunicazione di massa, e quest'ultimi al pubblico. Nella fattispecie analizzata, la correttezza degli autori, a mio avviso, può essere quella di programmare gli interventi in questione a ragionevole distanza dal culmine del *battage* pubblicitario; ma — va ricordato — stiamo parlando di una regolamentazione che, dal punto di vista normativo, non ha fondamento³⁶.

*[...] L'informazione che diventa pubblicità è una questione sulla quale si dibatte da sempre e che si gioca in particolar modo sul rapporto di fiducia che va a instaurarsi tra il giornalista, la testata – televisiva, radiofonica o cartacea – e il pubblico. [...] Secondo una certa teoria solo ciò che è notiziabile diventa reale. Come a dire che una notizia o un prodotto assumono un valore particolare quando su essi si concentra l'attenzione dei media. E allora [...] perché fidarsi delle scalette e delle scelte dei giornalisti? Perché pensare alla buona fede degli operatori della stampa che hanno il potere di portare all'attenzione del pubblico prodotti che, magari per la loro stessa scadente fattura, rimarrebbero nell'anonimato? [...]*³⁷

Uno dei motivi che hanno ostacolato la nascita di un sistema televisivo generalizzato sul modello della Pay Tv, dove, dietro il pagamento di una somma di denaro viene offerto un “pacchetto” di programmi, *potrebbe* essere proprio la necessità di veicolare una informazione compiacente e allo stesso tempo

³⁶ Ad esempio: un personaggio portato alla notorietà da un talk show (o reality show) che diviene protagonista di una fiction trasmessa sullo stesso canale, o di un film prodotto dal medesimo editore e via dicendo...

³⁷A. Biondi: “Quando l'informazione diventa pubblicità occulta”, Istituto per la Formazione al Giornalismo di Urbino, atti 31 gennaio 2001.

disporre liberamente di introiti pubblicitari, così come avviene per i quotidiani diffusi gratuitamente.

Concludendo, la domanda che ci possiamo porre di fronte ad un programma televisivo di informazione o di un talk show è se questo pubblicizza prodotti attualmente in vendita, e valutare il palinsesto in questa ottica; possiamo inoltre approfondire l'eventuale esistenza di sinergie economiche mirate allo sfruttamento commerciale di quanto pubblicizzato. Comunque sia, quando la scelta del palinsesto (è frequente, negli ultimi anni, inserire nell'agenda di alcuni telegiornali a carattere nazionale le cd. "anteprime" relative all'uscita di un'auto, un disco, un film) o degli argomenti trattati negli approfondimenti da quotidiani o periodici (i cd. "redazionali") è influenzata dallo sponsor – o, più direttamente, dagli interessi dell'editore – l'attività di informazione ne risulta inevitabilmente compromessa³⁸.

³⁸ In un passaggio della relazione annuale letta oggi nell'austera sala della Camera dei Deputati alla presenza dei massimi vertici delle istituzioni, il presidente dell'Antitrust Giuseppe Tesaro ha confermato l'incredibile notizia diffusa ieri da Adusbef, Codacons, Federconsumatori, il rifiuto della Rai di consegnare all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, le cassette sospettate di contenere spot occulti ed ingannevoli

Di fronte a questo arrogante diniego, che dimostra il dispregio delle pubbliche autorità, specie l'Antitrust, elette dal Parlamento, Adusbef, Codacons e Federconsumatori hanno chiesto l'immediato intervento del Parlamento, in una lettera inviata al presidente della Commissione Parlamentare di Vigilanza sui servizi Radiotelevisivi, Sen. Claudio Petruccioli per far ripristinare alla Rai, la legalità ed doveroso rispetto delle leggi. In attesa che la diffida delle associazioni dell'Intesaconsumatori sortisca i suoi effetti ed obblighi la Rai, anche ai sensi della legge 281/98, a consegnare all'Antitrust quanto richiesto, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato può ottenere in tempi rapidissimi gli spot e le "marchette" incriminate, dall'ampia videoteca di Striscia la Notizia, il TG satirico di Antonio Ricci, che ha garantito, in occasione di una telefonata di stamane con il presidente di Adusbef, Elio Lannutti, la disponibilità a fornire i filmati accusati di gravi scorrettezze, sia

della Rai che di Mediaset, nell'ambito di una campagna portata avanti per smascherare i gravissimi inganni a danno dei consumatori. Il fenomeno degli spot occulti, da anni denunciato dai consumatori all'Antitrust, alla Corte dei Conti ed alle Procure della Repubblica, oltre a produrre un inganno a milioni di utenti del servizio pubblico, determina un danno consistente alla Rai, recentemente quantificato in 81 milioni di euro nella stagione televisiva 2003-2004 ed in 74 milioni nella precedente, per un totale di 155 milioni di euro, con il possibile aggiramento ed il superamento dei tetti pubblicitari predeterminati. Come ha scritto Paolo Conti sul Corsera del 20.5.2004 esaminando un documento interno: "Il risultato ottenuto è stato un danno di 81 milioni di euro così suddivisi: 61.682.000 per Raiuno, 8.714.000 per Raidue e 10.633.000 per Rai tre. Rispetto all'anno scorso i mancati ricavi sono aumentati (erano 73.903.000 nella precedente stagione). Un fenomeno che pesa interamente su Raiuno, visto che il dato precedente della rete ammiraglia era di 43.768.000 euro. Al contrario, sia Raidue sia Raitre hanno visto calare le cifre (nella stagione scorsa erano, rispettivamente, 15.600.000 e 14.534.000 euro)". Raitre detiene il primato di episodi di pubblicità «impudente» nel periodo analizzato (92 casi contro i 54 di Raidue e gli 89 di Raiuno). Raiuno invece «vince» sulla «pretestuosa» (123 contro i 65 di Raitre e i 50 di Raidue) e sulla «presenziante» (105 contro i 39 di Raitre e i 15 di Raidue) mentre Raitre guida la graduatoria della pubblicità «istituzionale» (52 contro i 51 di Raiuno e i 13 di Raidue). Raiuno conquista la vetta della pubblicità «enunciata» (175 contro 154 di Raitre e 132 di Raidue). I prodotti bonificati sono molti marchi di sigarette (avvenimenti sportivi di varia natura), banche, ditte automobilistiche europee e asiatiche, pneumatici, quotidiani nazionali e locali, una gran quantità di aziende alimentari specializzate nei vari settori, società di assicurazioni, bibite, giganti della telefonia, grandi nomi dell'abbigliamento sportivo, alta moda, film italiani e stranieri.. E la stessa durata può variare da molte ore a meno di un'ora. Preceduta da questa avvertenza, la lista è pilotata da «Unomattina» (con 123 «frequenze», ovvero di casi di pubblicità indiretta, registrate nelle settimane-campione). Seguono «Miss Italia» (71) e Tg1 (69), Tg3 (67) e Tg2 (48). Raisport, un dato interessante dopo la deposizione di Paolo Francia ieri in commissione di Vigilanza Rai, è all'ottavo posto con 43 «frequenze». A titolo di cronaca, «La vita in diretta» di Michele Cucuzza è a quota 24 «frequenze» (tredicesimo posto) come il Giro d'Italia. All'ultimo posto con due sole segnalazioni, quindi assolte di fatto dall'indagine interna, trasmissioni come «Porta a porta», «La

Ma, sul fronte della pubblicità, si può dire che non ci sia davvero niente di nuovo sotto il sole; è il caso, tra gli altri, di studi sociologici che hanno messo in relazione la diffusione del tabagismo con i modelli proposti dal cinema sino dagli anni Trenta e Quaranta³⁹. E' emerso che le grandi case produttrici di sigarette finanziavano il film se la sceneggiatura faceva dei protagonisti forti fumatori; oggi, l'inversione di tendenza ha proibito tale atteggiamento, ed i risultati, in termini quantitativi, non si sono fatti attendere: i consumi di tabacco hanno toccato minimi storici in tempi brevissimi⁴⁰, e non pare

Domenica sportiva», «Tg2 Neon Libri», «Tgr economia e lavoro». (tratto da *Codacom news n. 27 giugno 2004*)

³⁹ [...] Prima del 1989 era abitudine per le "compagnie" del tabacco pagare per poter includere i propri prodotti in programmi di spettacolo. Famosi attori, come Sylvester Stallone, acconsentivano di usare sigarette di famose marche solo in cambio di un lauto compenso. In risposta alle critiche, nel 1989 l'industria del cinema arresta questa abitudine, sebbene ci siano prove che gli stanziamenti siano continuati fino agli anni '90. Per l'uso di sigari, dietro pagamento, si continuò fino al 1998. Nessuno degli intervistati parla di queste motivazioni, ma molti ammettono che ciò accade, per quanto non abbiano un'esperienza diretta. Ma è nel 1997 che l'ingiustificato uso del fumo nei film viene discusso al Senato degli Stati Uniti, dove Hillary Rodam Clinton ed il Vice Presidente Al Gore attaccano l'industria dello spettacolo, la quale, a sua volta, lancia una serie di iniziative volte al cambiamento di rotta [...]. (tratto da: *E. Calcagno, Hollywood e tabacco, Osservatorio sul Tabacco n° 7 - aprile 2000*). [...] In un film su quattro nell'ultimo anno si e' avuta la promozione di una qualche marca di sigarette. In genere i protagonisti maschili fumano sempre (v. *Independence Day, Pulp Fiction, Die Hard, The Perfect Storm,...*). In "007 - La morte puo' attendere" i ricavi da pubblicità ammontano a 70 milioni di sterline [...]. (tratto da: *C. Zatteroni La morte può attendere, Tabagismo & pfc Anno V - n°45 - Maggio 2003*).

⁴⁰ Non stupisca l'incidenza del messaggio veicolato dai media riguardo significativi cambiamenti comportamentali a livello sociale. Alcuni studiosi riconducono la diffusione dell'utilizzo di LSD non tanto all'azione propagandistica dei poeti della *beat generation* o dei musicisti psichedelici,

azzardato quanto meno ripartire i meriti di tale risultato tra la campagna informativa e l'implicito messaggio suggerito dai media: *l'eroe non fuma più*. Anche questa fattispecie avvalorava quindi la nostra ipotesi di fondo, ovvero che i media sono realmente in grado di modificare il comportamento, quindi le modalità di relazione con se stessi e con gli altri.

Ma torniamo un momento ad Andy Warhol: la ribalta dei media, una volta riservata all'eccellenza (o supposta tale), sembra oggi essere alla portata di tutti:

*[...] Domanda: "Quanti sono i figli di Celentano, e come si chiamano?" La signora risponde correttamente, e vince un milione. [...] Ho un flash e divento reazionario: beati i tempi in cui Mike Bongiorno formulava il fatidico "quiz" chiedendo l'anno della battaglia di Salamina! La flotta persiana di Serse battuta nel 480 a.C.! Celentano e Temistocle [...]*⁴¹

L'apertura dello schermo televisivo al cd. "uomo comune" ha sortito effetti di diversa natura. Innanzi tutto ha contribuito a

ma ad interviste e dichiarazioni rilasciate ai media da parte di personaggi del cinema e della cultura che non facevano parte del movimento: [...] scoperto per caso nel 1943 dal ricercatore Albert Hofmann, che stava tentando di realizzare uno stimolatore cardiovascolare, [l'LSD] era un allucinogeno potentissimo, in grado di far compiere, come si dice in questi casi, autentici «viaggi» fuori da sé [...]. Per più di vent'anni l'Lsd fu usato solo in medicina, e con mille cautele; poi cominciò a circolare, negli Usa, in ambienti esclusivi. Fu Cary Grant, con un'intervista a «Life», a farla diventare un «caso», dicendo di aver finalmente risolto, grazie all'Lsd, i suoi problemi sessuali. E la giornalista Jean Dunlap confermò, raccontando in un libro -naturalmente diventato subito un best-seller- non solo di aver vinto la frigidità, ma di vivere, per merito dell'Lsd, straordinarie esperienze erotiche [...] tratto da: M. Brambilla, *dieci anni di illusioni – storia del Sessantotto*, ed. Rizzoli, Milano 1994.

⁴¹ G.P. Caprettini: *Totem e tivù*, Marsilio, Venezia 1994 p. 95.

creare la falsa illusione di una realtà alla portata di tutti, non solo nel senso che la partecipazione ai programmi è potenzialmente qualcosa a cui poter aspirare concretamente (e in parte ciò può dirsi vero, ma solo in parte⁴²), quanto per il fatto che, dato il basso livello culturale richiesto per partecipare – e persino per vincere! – si crea un meccanismo di identificazione per il quale lo spettatore si trova a misurarsi col gioco come se fosse al posto del concorrente, e a valutare e valutarsi alla luce della sua *performance* virtuale. L’auto referenzialità del media televisivo fa il resto: se sono in grado di rispondere alle domande, e le risposte sono misurabili in denaro, ecco che mi sento in grado di potercela fare anch’io – e poco importa se le conoscenze richieste si limitano ad argomenti di scarsa importanza. Su un piano più generale, si assiste così ad un fenomeno di delegittimazione della cultura – per così dire: classica – a favore di un nozionismo che solo l’esistenza di espressioni estetiche come i “quiz” rendono in qualche misura coerente a se stesso. Ed anche all’affermazione del valore di una notorietà “a buon mercato” che è in realtà antagonista al bisogno di affetto che la sottende:

[...] Ora, mentre ritengo insano il sistema di valori di chi, pur di acquistare notorietà, incendia il tempio di Diana in Efeso come Erostrato, spara col mitra come Dillinger, o va in televisione a raccontare di essere stato abbandonato, cornificato, umiliato e sbertucciato, non intendo affatto moralizzare a proposito di coloro che, per diventare noti, partecipano a programmi di quiz o anche soltanto ottengono di

⁴² Se, da un lato è effettivamente possibile partecipare ad alcuni “quiz”, decaduto il requisito storico della preparazione superiore in una o più materie, dall’altro la maggior parte dei talk show o dei cd. “reality show” sono di fatto riservati a tipologie ben precise di soggetti pre-determinate in sede di realizzazione del soggetto.

sedere tra il pubblico di un dibattito televisivo, in modo che almeno i colleghi d'ufficio o il giornalista dell'angolo ne riconoscano il volto in terza fila e il giorno dopo si complimentino con loro. [...] Il problema è un altro. È che le televisioni sanno che la gente questo desidera, e [...] provvedono giorno e notte, su decine e decine di canali, la possibilità di apparire. Calcolate il numero dei programmi, delle persone presenti a ciascuno, delle ore e dei giorni di programmazione su di un arco di molti anni, ed ecco il terribile risultato: almeno una volta ogni cittadino italiano sarà diventato un volto noto, e in un paese di quasi sessanta milioni di volti noti, ciascuno resterà un ignoto⁴³.

Un altro effetto collaterale, similmente al gioco d'azzardo anche istituzionalizzato, come il lotto e i suoi derivati, è quello di proporre una sorta di "via d'uscita" alla vita quotidiana, anch'essa alla apparente portata di tutti, spostando di fatto l'attenzione da quanto realmente potrebbe (e magari: dovrebbe) essere fatto per migliorarla, a una cieca fede irrazionale al *coup de scène* che, da solo, potrebbe riscattare un presente non soddisfacente sia sul piano personale che su quello sociale.

*[...] la TV non offre come ideale in cui immedesimarsi il superman ma l'everyman. La TV presenta come ideale l'uomo assolutamente medio [...]*⁴⁴

Per quanto riguarda lo spostamento dei temi da argomenti di cultura specifici a personaggi legati al mondo dello spettacolo, possiamo valutare tale scelta come parte di quell'azione complessiva che rende e consolida l'auto-referenzialità del

⁴³ U. Eco, La bustina di Minerva: Essere qualcuno, L'espresso 19/04/2005.

⁴⁴ U. Eco, Verso una civiltà della visione? in "Rivista Pirelli. Televisione e cultura" nn. 1,2,3 anno 1961.

mezzo televisivo come agente di socializzazione e di acculturazione. Da ciò consegue quell'attitudine propria della TV a trasformare alcuni particolari avvenimenti in veri e propri "eventi" :

*[...] Noi pensiamo agli eventi medialti come a festività che riflettono alcuni valori centrali o aspetti di memoria collettiva. Spesso tali eventi rappresentano una versione idealizzata della società, ricordandole ciò che aspira ad essere piuttosto che ciò che essa effettivamente è. In ogni caso, il quadro descritto deve essere autenticato dal pubblico, per la semplice ragione che, altrimenti, esso non funzionerà. [...] le società democratiche devono essere autenticate da broadcaster [...] a loro, e non solo all'establishment e al pubblico decidere quali sono le cerimonie che meritano di ricevere un trattamento da evento mediale. [...]*⁴⁵

Ciò soddisfa esigenze di diversa natura, alcune delle quali già prese in considerazione: la creazione di spazi pubblicitari da vendere ad alto costo, la possibilità di catalizzare l'attenzione degli spettatori così da influire sulla loro percezione complessiva della realtà, la possibilità di ricondurre il processo di acculturazione al linguaggio del media.

Ancora una volta è lecito, data la meccanica del processo, chiedersi se la valutazione di una notizia da parte dei media ne rifletta l'effettiva importanza in termini sociali e culturali, o piuttosto sia il risultato di un suo sfruttamento a fini commerciali o più genericamente propagandistici. Il timore, è che i media partecipino alla creazione di una realtà rappresentata che si discosta in modo significativo dalla realtà

⁴⁵ D.Dayan, E.Katz, *Le grandi cerimonie dei media*, Baskerville, Bologna 1993, p.III, corsivo mio. Il termine "broadcasters" (lett. "trasmettitori") indica l'insieme dell'azione dei media.

in senso lato, alterando quelli che erano i meccanismi di consenso di quanto proposto.

Facciamo alcuni esempi: sino a poche decine di anni fa, un complesso musicale, per essere conosciuto dal pubblico e vendere i dischi che incideva doveva affiancare al lavoro in studio di registrazione una significativa attività *on the road*. Il controllo da parte delle *major* delle programmazioni radiofoniche, ma ancora di più l'impegno del media televisivo in questo senso (con la nascita di programmi, canali e manifestazioni *ad hoc*, come il premio promosso da Mtv) hanno di fatto reso accessoria la modalità dell'esibizione dal vivo, proponendo il gruppo ad un pubblico vastissimo, similmente alla pubblicità, senza particolari costi e in tempi ridottissimi⁴⁶. A queste condizioni assume quindi fondamentale importanza la promozione del gruppo, più che il suo valore; viene a cadere – almeno su vasta scala – l'importanza del contatto diretto con il pubblico, la necessità di ottenere un consenso “sul campo” con il quale promuovere la vendita dei dischi.⁴⁷ Può apparire banale la considerazione che vuole, dietro ad ogni affermazione significativa un manager capace, eppure introdurre nell'equazione i media come strumento fondamentale del processo non deve essere valutato come cosa

⁴⁶ Riprendendo il titolo di un testo già citato, si può dire che la proposizione dell'evento va “oltre il senso del luogo” di ogni singolo soggetto, che si trova ad assistere attraverso il media come se fosse presente. L'utilizzo del termine “disco” recupera un'espressione tradizionale e fa riferimento al lavoro di studio di un artista o di un gruppo musicale.

⁴⁷ Questo avviene anche in settori lavorativi ordinari, specialmente nelle grandi aziende o multinazionali, dove si assume il soggetto “in formazione” rispetto al ruolo che andrà a ricoprire, spesso disincentivando i “salti” da una mansione all'altra. Ciò è riconducibile ad una visione di vasto respiro che mira a massimizzare la produttività di scala, ma anche l'immagine dell'azienda e si sviluppa attraverso una compartimentazione capillare dei livelli di responsabilità.

di poco conto: la sinergia tra musica e immagine può paradossalmente fare sì che il gradimento di un cantante o di un gruppo sia dovuto più a quest'ultima che alla sua effettiva bravura ⁴⁸. E' un po' come se ci trovassimo di fronte ad una serie di unità produttive unite da una rete di strade, il cui gestore pretende, solo per far passare le merci, un'alta quota percentuale del loro valore. Gli imprenditori, loro malgrado, non possono aggirare l'ostacolo, perché le loro merci altrimenti rimarrebbero invendute, addirittura potrebbero essere sollecitati a richiedere l'accesso a vie preferenziali per riuscire a battere la concorrenza – nei limiti anche estetici dell'immagine: giungendo prima o in maggior quantità al pubblico – magari pagando una quota ancora maggiore per il passaggio. Se sostituiamo alle strade la visibilità mediatica, è pressappoco questo il rapporto che lega broadcasters alle aziende. Dal controllo dei mezzi di produzione di marxiana memoria, in grado di assicurare la gestione del potere, siamo passati al controllo dei mezzi di comunicazione. Con il sospetto che, oltre a veicolare l'informazione, forniscano anche i parametri per la sua elaborazione.

Un ultimo accenno riguarda quegli effetti cumulativi di lungo termine che fanno riferimento all'indiretta proposizione di modelli sociali, estetici e culturali attraverso pubblicità, programmi di intrattenimento o fiction.

Cercando in ogni modo di andare oltre ciò che appare banale, è importante sottolineare quanto il fatto che prodotti di

⁴⁸ Intere carriere di gruppi musicali si sono basate sulla diffusione di album creati in studio, senza essere affiancate da concerti dal vivo, al massimo esibizioni pubbliche, ma rigorosamente in playback. Centinaia di migliaia, addirittura milioni di album venduti, senza che sia sciolto il dubbio se il cantante X o il musicista Y fossero realmente in grado di saper cantare o suonare.

consumo vengano arbitrariamente associati alla soddisfazione di bisogni altri richiedano il supporto del media televisivo, ovvero una stimolazione contemporanea a livello di contenuto e immagine.

*[...] Fra le due logiche (della lettura e della scrittura e dell'audio visivo) vince la logica della comunicazione non per sillogismi ma per immagini. E' l'avvento dell'homo sentiens che prevale sull'homo sapiens socratico.*⁴⁹

e ancora, a proposito del linguaggio dell'immagine:

*[...] è sempre stato lo strumento di società paternalistiche che sottraevano ai propri diretti il privilegio di un corpo a corpo lucido col significato comunicato, libero della presenza suggestiva di una "icona" concreta, comoda e persuasiva. e dietro ad ogni regia del linguaggio per immagini, c'è sempre stata una élite di strateghi della cultura [...]*⁵⁰

Pensiamo al connubio tra famiglia (naturalmente l'ideal tipo di famiglia caratterizzato da bellezza fisica, gioventù, salute e buon umore dei suoi componenti: *la famiglia come dovrebbe essere*) e prodotti alimentari o a quello tra auto e donne; il messaggio veicolato è di una semplicità estrema: *se vuoi essere come loro, fai come loro* – e sull'equivoco che ciò sia vero si fonda il meccanismo del consumismo che vuole il cliente perennemente insoddisfatto, così che continui a fare sempre nuovi acquisti.

Ma c'è di più: non solo questo messaggio non insegna ad apprezzare il partner, piuttosto invita a disprezzarne tutte quelle imperfezioni che l'immagine dei *testimonial* televisivi

⁴⁹ F. Ferrarotti, *La televisione*, Newton e Compton Editori, Roma 2004.

⁵⁰ U. Eco, *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano 1964, p. 348.

sembrano non possedere; addirittura a rincorrere sullo stesso piano, ad esempio, forme femminili procaci ricavate artificialmente non solo dalla chirurgia, ma anche grazie a *sapienti* inquadrature dell'obiettivo della telecamera. Il risultato è paradossale: a fronte di una insoddisfazione che è parte integrante della nostra cultura, in conseguenza delle crescenti aspettative che derivano da una sovra-stimolazione reiterata nel tempo, sempre più persone realizzano a spese del proprio corpo un sogno che potremmo definire *di plastica*. Il virtuale che diventa reale.

Più in generale, è veicolata una spinta ad essere altro da sé, e, assieme a questo messaggio, vengono forniti i parametri, e vincolati a prodotti di consumo. La cultura dell'immagine ha creato il modello della perfezione a cui tendere, e il compito del pubblico è quello di adeguarsi o rimanere tagliato fuori, *fuori da ogni speranza di felicità*. Si potrà obiettare che un solido impianto culturale e, in parte, anche tradizionale si offre come naturale anticorpo ad una cultura che, viceversa, cerca di imporsi cancellando i valori di riferimento della società e particolari di ognuno; ma, così facendo, dovremmo interrogarci anche su quanto poco – dati ISTAT alla mano – le istituzioni per prime hanno investito in questi ultimi anni sui giovani, sull'istruzione, sull'educazione in genere, sulle politiche di prevenzione del disagio e in quelle sociali.

Se la pubblicità propone nella quasi totalità dei casi riferimenti al sesso e al cibo (e i relativi modelli sociali tipicizzati nei quali essi si inseriscono: persone magre che mangiano, belle donne sempre disposte a salire a bordo di un'auto di prestigio eccetera), la *fiction* ha puntato negli ultimi anni a creare una sorta di raccordo tra la realtà e i valori ad essa legati. Sono state proposte figure tradizionali (sacerdoti, carabinieri, poliziotti...) impegnate in azioni e contesti tali da

ispirare un rapporto di simpatia per il loro operato e in qualche modo innalzarne la considerazione a livello di opinione pubblica. In altri casi, riferimenti ad avvenimenti o personaggi storici hanno viceversa fornito una chiave di lettura esplicita a quanto accaduto, e infine, per *rincorrere* l'audience, si è assistito a sceneggiati che prendevano spunto da fatti d'attualità, realizzati e quindi in seguito proposti nel momento in cui si presumeva potessero raccogliere i maggiori dati di ascolto⁵¹.

Nella percezione del pubblico, la distinzione tra realtà e fiction non è così netta come può sembrare:

[...] *DOMANDA*: “L'Arma le è riconoscente per questa interpretazione[...]?”

RISPOSTA: “Dopo Il Maresciallo Rocca le richieste di entrare nell'Arma credo che siano aumentate del 45 per cento, una cosa impressionante.”

DOMANDA: “E' vero che ha ricevuto delle lettere con richieste di raccomandazione per entrare nell'Arma?”

RISPOSTA: “Sì, è vero”⁵² [...]

E' evidente che una fiction che prende spunto dalla realtà inevitabilmente ne offre una interpretazione compiuta, e quindi una rappresentazione della stessa in grado di penetrare a fondo nell'immaginario collettivo.

⁵¹ E' il caso della fiction “Karol. Un uomo diventato Papa” in onda su Canale 5, seguita da 12 milioni e 654 mila spettatori, con il 44,31% di share (la Repubblica, 20 aprile 2005), andata in onda in concomitanza con il conclave per l'elezione del cardinale Ratzinger al soglio pontificio, ad una settimana dalla morte del Pontefice.

⁵² Intervista a Gigi Proietti, disponibile in formato elettronico all'indirizzo: <http://www.archivio.raiuono.rai.it/schede/9009/900924.htm>

CONCLUSIONI

Cerchiamo, infine, di provare a tirare le somme di quanto detto sino ad ora.

Abbiamo visto che i sistemi di comunicazione sono in grado di contribuire ad una sorta di programmazione socio-culturale incidendo non soltanto sui contenuti, ma anche sul modo di elaborarli; ciò è accaduto con l'introduzione della scrittura, ed a maggior ragione l'ipotesi può estendersi ai media, in particolare ai media elettronici. Il nostro sistema visivo e, in modo correlato, la nostra modalità di elaborazione delle immagini, richiede, similmente ad un software informatico, una alfabetizzazione dell'intero processo sia di codifica che di decodifica affinché tali dati divengano oggetto di comunicazione.

La stessa *communication research* si origina dal presupposto che la possibilità di influenzare il comportamento del pubblico sia una possibilità concreta: i risultati, valutati in un'ottica complementare gli uni agli altri, sembrano avvalorare questa tesi, in particolar modo in riferimento a due costanti: che gli effetti siano cumulativi – quindi la risultanza di una serie di micro-effetti nel tempo – e che l'ambito di influenza attenga prevalentemente a livello di rappresentazione della realtà.

Nello specifico, abbiamo constatato come ogni media possieda peculiari caratteristiche (giornali, radio, televisione), ma allo stesso tempo possiamo tracciare una serie di considerazioni di ordine generale che sono tratti connotanti le società moderne nelle quali la comunicazione di massa rappresenta uno degli elementi costitutivi dell'organizzazione sociale.

Innanzitutto: *ciò che non acquisisce visibilità mediatica, nella percezione del pubblico è come se non esistesse*. Questo significa che i mass media, dai quali grandissima parte della popolazione acquisisce informazioni, rappresentano uno snodo essenziale nel processo di apprendimento, ma soprattutto che si pongono, nella loro modalità propositiva, come soggetti in grado di incidere in più di una modalità nel processo di rappresentazione della realtà del pubblico, anche solo, semplicemente conferendo importanza ad una notizia piuttosto che ad un'altra, omettendo di parlarne, o costruendo una immagine della realtà in grado di alimentare ottimismo, paura o altro. La discriminante – soprattutto etica – è senz'altro rappresentata dagli interessi rappresentati da chi controlla tali mezzi di comunicazione di massa; ci siamo già soffermati su questo punto. Gli introiti pubblicitari e più diffusi interessi politici rappresentano un importante elemento di disturbo, tale da ispirare, in alcuni casi, addirittura la costruzione attorno ad essi dell'impianto del palinsesto.

Sul piano dell'impatto a livello comportamentale, studi effettuati suggeriscono che i media agiscono più come agenti di *consolidamento* di idee, credenze diffuse, che di cambiamento. Questa considerazione introduce lo stretto legame che intercorre con il sistema culturale nel suo insieme, il quale si pone come elemento potenzialmente antagonista all'azione dei media, ma che, se non implementato, rivela essere il suo migliore alleato, offrendo la base per fare attecchire i messaggi veicolati senza una sensibile attività di mediazione.

Questa idea di complementarità tra media e cultura suggerisce altresì un modello dinamico di rappresentazione della realtà (e dei valori che ad essa fanno riferimento) in lento ma costante adeguamento. Possiamo ancora una volta ricorrere ad un esempio banale: quando la FIAT lanciò il modello "Panda", l'innovazione delle forme aerodinamiche produsse un

forte impatto sul piano estetico: la tendenza alle linee “morbide” si era bruscamente invertita, e il pubblico, com’era prevedibile, rispose timidamente alla proposta. Tuttavia, nell’arco di pochi anni, l’auto riscosse un forte successo sul piano delle vendite: aldilà delle sue caratteristiche tecniche, quelle forme “brusche” erano state, per così dire, *metabolizzate*, e quindi divenute parte di una sensibilità collettiva, e così accettate; col tempo era avvenuto un cambiamento di gusto: piacevano.

L’aneddoto, nei suoi inevitabili limiti, suggerisce l’idea che un continuo confronto con un modello – specie se proposto attraverso immagini e in modo reiterato nel tempo – apre la strada ad una sua accettazione, frutto di una sorta di ri-programmazione su diversi livelli che, in definitiva, concorre a creare quella che è la nostra immagine della realtà ed i parametri per una sua valutazione. Stesso discorso vale per tutti quegli oggetti (automobili, abiti, eccetera) i quali, a distanza di tempo, ci appaiono quanto di più distante dal nostro gusto: l’avvicinarsi delle mode, nel paradosso di riproporre a distanza di anni modelli simili, ben esemplifica la relazione che esiste tra alcuni termini di valutazione ai quali conformiamo la nostra azione e particolari momenti socio-culturali.⁵³

Gli irraggiungibili modelli stereotipati promossi dalla pubblicità, se da un lato dilatano a dismisura le aspettative del pubblico in relazione al proprio vivere quotidiano, dall’altro non riescono a fornire soluzioni in grado di andare incontro ai bisogni che stimolano: ricordiamo ancora una volta che il consumatore, per essere indotto a compiere sempre nuovi acquisti, deve inevitabilmente conservare almeno una piccola dose di insoddisfazione, così che il processo possa ripetersi,

⁵³ Il discorso potrebbe ampliarsi anche riguardo all’affermarsi di valori che investono la sfera dell’etica.

potenzialmente all'infinito. E' evidente che il binomio artificioso tra il prodotto ed il soddisfacimento di bisogni surrettiziamente collegati ad esso richiede una forte dose di mediazione culturale per essere valutato nella sua giusta ottica. Tuttavia, ancora una volta è importante soffermarci a riflettere su come, aldilà del singolo prodotto, al cui acquisto compulsivo è comunque possibile sfuggire.

Non sembra essere sufficiente la spiegazione di carattere antropologico che interpreta l'opulenza delle modelle all'indomani della fine del conflitto mondiale come una risposta culturale ai disagi (anche alimentari) tipici di quegli anni; e neanche sembra bastare, in una Europa a basso tasso di crescita, l'idea che un fisico magro attiri in virtù della sua potenziale efficienza riproduttiva. Senza spenderci su un tema che esula dagli scopi del presente lavoro, è tuttavia sufficiente focalizzare l'attenzione sul fatto che tali modelli si affermano in modo generalizzato, aldilà di ogni distinzione sociale, culturale, economica – e i media, fatta salva l'eventuale differenza di fruizione – sono l'unico mezzo in grado di andare oltre queste differenze, ed è a questo livello che è possibile formulare una concreta ipotesi di responsabilità⁵⁴.

*[...] Una radiotelevisione democratica poggia su due semplici principi: che ogni membro della società ha diritto di scegliere da sé che cosa leggere, ascoltare e guardare; e che ogni membro della società ha il diritto di contribuire a ciò che viene comunicato.*⁵⁵

⁵⁴Pensiamo ai disturbi del comportamento alimentare, sino a patologie vere e proprie come l'anoressia, praticamente sconosciute in paesi nei quali la diffusione dei mezzi di comunicazione di massa è inferiore a quella dei paesi cd. "occidentali".

⁵⁵F. Ferrarotti, op.cit. p.40. La definizione è di Cesare Mannucci.

E torniamo per un momento al problema dell'informazione: allo scopo di valutare la potenziale *attendibilità* di un media riguardo le notizie che veicola, è senz'altro necessario domandarsi se queste rispecchiano l'interesse o l'orientamento politico dell'editore, sia di una testata giornalistica, che radiofonica o televisiva, quindi verificare l'eventuale indicazione delle fonti⁵⁶.

Anche i programmi di satira politica – sempre più popolari – debbono essere analizzati in questa ottica; può accadere, infatti, che una moderata, *innocua* dose di critica ai danni della proprietà induca il pubblico ad attribuire all'intera linea editoriale quel carattere di indipendenza che è garanzia di qualità dell'informazione – trasferendo quindi anche ai notiziari tale presunta caratteristica. Alcuni storici hanno valutato in tal senso la relativa libertà che il regime fascista in Italia concedeva a Benedetto Croce – un'opposizione certo qualitativa ma politicamente e socialmente poco efficace –, che permetteva allo Stato di veicolare una fittizia immagine di libertà, tentando di nascondere una realtà fatta di oppressione e carceri pieni di oppositori politici.

L'unico modo concreto per fruire di una informazione realmente libera da obiettivi che non siano la circolazione dell'informazione stessa, è dato da una regolamentazione del settore che permetta *l'effettivo pluralismo delle fonti*: anche una serie di interessi di parte può configurarsi infatti come una reale opzione di soddisfacimento delle diverse aspettative e dei bisogni del pubblico. I regimi monopolistici, palesi o occulti che siano, sono antitetici per definizione ad un innalzamento

⁵⁶ Gianni Minà, nel corso di una delle tante presentazioni del numero uscente della rivista "LatinoAmericana", spiegava la sua necessità di avvalersi di firme importanti — premi Nobel, scrittori e giornalisti di riconosciuta fama internazionale — così da non essere tacciato di faziosità.

qualitativo dei programmi: perché, infatti un editore dovrebbe cercare il favore del pubblico attraverso la ricerca di qualità nella programmazione se nelle sue mani si concentra la maggior parte delle frequenze televisive o delle testate giornalistiche o radiofoniche?

Sovente la tesi liberista, che vede nella *concorrenza* una garanzia per il consumatore, si scontra con la pratica di concentrazioni economiche in grado di imporre la propria volontà togliendo ogni spazio ad iniziative diverse. L'auto referenzialità dei media, e in particolare la televisione, è in grado di creare una sinergia di produzione su diversi livelli in grado di alimentarsi proprio in virtù di quel processo di programmazione socio culturale che trova proprio in essa la sua principale fonte di approvvigionamento. Spesso il lancio di uno o più personaggi trova i suoi corollari nella produzione di libri, film, eventi nei quali è affidato allo stesso soggetto il ruolo centrale, anche solo nell'arco di un periodo di tempo breve. Possiamo fermarci ancora una volta a riflettere su quelli che valutiamo come i nostri gusti, ed una realtà nella quale i media favoriscono rapide *escalation* di popolarità a cui spesso segue il più completo oblio.

E' possibile, inoltre, integrare queste considerazioni facendo riferimento alle possibilità, da un lato, di accedere a fonti di informazione e, sull'altro, soffermandosi sulle modalità di interazione rese possibili dalle "rete" internet.

In tale ambito, il problema che ci dobbiamo porre nel reperire una notizia, non è quello della sua possibile censura, quanto quello di un controllo della fonte, in un contesto complessivo caratterizzato, viceversa, da una *inflazione* di informazioni. La rete, infatti, è per sua natura libera ed accessibile a tutti coloro che dispongono di un computer e della relativa connessione, e la sfida dei *web designer* è proprio quella di assicurare ai

clienti uno spazio di visibilità; in ogni caso, “internet” si configura senz’altro come un prezioso strumento per accedere ad una informazione che, almeno potenzialmente, non conosce limiti in senso assoluto.

Discorso a parte va fatto per le cd. *chat* – sistemi di accesso interattivi che permettono di dialogare in diretta, in forma scritta, con altri utenti. Tale modalità comunicativa è accennata non allo scopo di emettere giudizi senz’altro fuori luogo, piuttosto per evidenziare quanto la tecnologia sia riuscita a creare una possibilità di relazione in grado di soddisfare bisogni emergenti tipici della nostra cultura: ci riferiamo alla necessità di confrontarsi su temi personali, di stringere amicizie, relazioni, aldilà della difficoltà di superare ostacoli quali la timidezza, di “uscire” dal ruolo abitualmente interpretato nel gruppo di riferimento, eccetera.

Va da sé che la relazione veicolata dalla chat è per sua natura “altro” rispetto ad una interazione *vis-à-vis*, e ciò con i pregi e i difetti del caso; complessivamente, una ulteriore opzione – pertanto qualcosa di per sé positivo – ma la cui fruizione, se non mediata da una forte dose di consapevolezza in grado di restituire alla comunicazione il contesto a cui realmente fa riferimento, rischia di trasformarsi in un sostituto insufficiente di più tradizionali modalità relazionali.

Sul piano culturale, già i sociologi della cd. Scuola di Francoforte, oltre cinquanta anni fa, osservavano che il linguaggio della televisione tenderebbe a svilire le forme artistiche, riducendo i capolavori al livello di prodotti consumo, spostando così il *focus* del problema dall’informazione alla fruizione. Le caratteristiche del mezzo televisivo sono infatti tali che, partecipando al processo di programmazione (o: ri-programmazione) socio culturale, necessariamente tendono ad imporre le proprie estetiche anche

alla realtà che rappresenta. Pensiamo, da una lato, alla propensione alla spettacolarizzazione propria del linguaggio televisivo, e dall'altro al suo fisiologico adattamento ad un pubblico vastissimo; è evidente la tensione verso forme comunicative che si appiattiscono sui livelli culturali più bassi, ma è ancora più interessante osservare che, al pari dei neologismi conati, *la realtà tende ad adeguarsi alla sua rappresentazione*: dai dibattiti politici in parlamento che si sovrappongono ai toni dei talk show, all'utilizzo di cori da stadio adattati in occasione di celebrazioni funebri, o manifestazioni sindacali e politiche⁵⁷.

I meta-messaggi che se ne ricavano in chiave educativa sono diversi: se la dialettica politica – ad esempio – si adegua alle competenze linguistiche e culturali di una discussione informale in luoghi quali i bar per antonomasia, allora non è necessario possedere una istruzione, informarsi per poter fare politica o più semplicemente sostenere una opinione; e quindi, più in generale, si afferma l'idea del valore della popolarità diffusa a costo zero (ancora Andy Warhol) e quella che il denaro e i vantaggi che ne derivano siano l'obiettivo da perseguire, l'*excalibur* in grado di vincere ogni battaglia. Non stupisca quindi l'affermazione a livello sociale di una serie di aspettative completamente svincolate da quello che era l'impianto tradizionale e culturale: adolescenti che sognano di diventare vallette televisive (le celeberrime “veline”: termine frutto di una sempre crescente onomaturgia propria della TV),

⁵⁷ La considerazione non investe il merito, ma si ferma al solo aspetto formale, non volendo – chi scrive – esporsi in giudizi non opportuni per loro natura. L'esempio dei cori, pur riguardando una modalità comunicativa tipica degli stadi, acquista un senso alla luce del fatto che è proprio la televisione che, col diffonderli nelle case degli ascoltatori, ne ha amplificato la portata a livello sociale. Riguardo il rapporto tra gli aspetti sostanziali e le forme del veicolarli, si rimanda alle note a margine in calce al presente lavoro.

o di partecipare ad un reality show così da poter diventare famosi (e magari ricchi) immediatamente e col minimo sforzo. Il palcoscenico moderno non richiede più neanche – come è sempre stato – dedizione, studio, talento; in una sola parola: *tempo*. La televisione porta con sé una promessa immediata che rende superfluo tutto questo.

Abbiamo già parlato della tendenza conservatrice relativa agli effetti dei media; tuttavia, se facciamo riferimento – uno per tutti – al caso “Watergate”⁵⁸, potremmo a ragione

⁵⁸ “Era un sabato, il 17 giugno del 1972. Cinque ladri vennero arrestati all’Hotel Watergate a Washington. I cinque si trovavano nel quartier generale dei democratici. Ma non venne mai fatta luce sull’oggetto della loro ricerca. Nessuno – quel giorno – avrebbe mai potuto immaginare che quell’operazione avrebbe portato alle dimissioni dell’allora presidente degli Stati Uniti, Richard Nixon. Nei mesi successivi emersero elementi – pubblicati da due cronisti del *Washington Post*, Bob Woodward e Carl Bernstein – che spinsero il numero uno repubblicano a lasciare. Grazie anche ad una “gola profonda”, una fonte interna al Pentagono che aiutò i due giornalisti a dipanare la matassa che conduceva a Nixon, del quale ancora adesso non è nota l’identità. L’articolo con il quale iniziò tutto lo scandalo Watergate venne pubblicato il 19 giugno, due giorni dopo l’arresto dei cinque ladri, lanciava pesanti accuse contro Nixon e i suoi uomini. “Gli agenti dell’Fbi – scriveva il quotidiano della capitale Usa - hanno stabilito che le microspie ritrovate all’interno del Watergate Center erano parte di un piano più vasto di sabotaggio, destinato a favorire la rielezione del presidente Nixon ed era attuato da persone alle dipendenze della Casa Bianca e del Comitato per la rielezione del Presidente”. Per oltre due anni, il presidente Nixon e il suo staff hanno cercato – inutilmente – di insabbiare il caso. Ma le tracce lasciate dai vari sostenitori del presidente, oltre a diversi errori “tattici” portarono comunque alle sue dimissioni. “Gli agenti federali – scriveva il *Washington Post* dopo due anni di ricerche e articoli sul caso - hanno stabilito che centinaia di migliaia di dollari di contributi, destinati alla campagna di Nixon sono stati utilizzati per pagare questa operazione di spionaggio destinata a raccogliere informazioni confidenziali sui candidati

ipotizzare una capacità dei media di incidere anche in chiave di cambiamento vero e proprio. Tuttavia, un esame attento può condurre ad un'altra conclusione, ovvero che l'inchiesta condotta dai due giornalisti sia stata resa possibile da una volontà politica ed economica che mirava ad un avvicinamento alla casa Bianca.

Se, infatti, riflettiamo sulla capacità di censura che possiedono coloro che controllano i mezzi di comunicazione in ogni paese del mondo, ci rendiamo conto che è ben difficile (anche se non impossibile) una fuga di notizie se non favorita dall'interesse a loro contrastante da parte di un gruppo di potere dotato di una forza quanto meno paragonabile. Un sistema che di fatto restituisce ad ogni ambito produttivo la sua valenza di unità di consumo (quindi anche i prodotti artistici, culturali e la stessa informazione) è in grado di mostrare, in un'ottica allargata e sovra-temporale, la capacità di utilizzare qualunque forma espressiva che nasce dal suo interno ad un duplice scopo: trasformarla in prodotto, venderla ed incassare i profitti – ma anche cooptarla e neutralizzarne la portata eversiva. Un libro, un quadro, una notizia: senza i mezzi di produzione e di distribuzione essi di fatto sono impossibilitati a giungere ad un pubblico quantitativamente significativo e quindi incidere sul piano culturale e sociale. Le maglie dell'economia e della politica hanno trama fitta, e i media, con

democratici per distruggere la loro immagine". Questo sino al maggio del 1974 quando il gran Giuri' Federale incrimina Nixon come uno degli organizzatori del complotto e dà il via all'impeachment. Tra il 27 e il 30 luglio, il Congresso ratifica le incriminazioni, tra cui ostruzione della giustizia. E l'8 agosto Richard Nixon diventa il primo presidente degli Stati Uniti a lasciare la carica. Gli succederà Gerald Ford. La tenacia con la quale Woodward e Bernstein continuarono a scrivere e portarono a termine la loro inchiesta gli valse, nel 1973, il premio Pulitzer". (fonte: <http://www.ilnuovo.it/>)

la loro funzione di creare una rappresentazione della realtà–tipo si pongono come gli ispiratori del processo di produzione: si crea un evento, si coagula attorno ad un prodotto – lo si impone al pubblico, quindi si commercializza. Alla luce di questa visione, rimane un dubbio ipotetico, ovvero se naturale spinta innovatrice della controcultura degli anni '60 sia stata ricondotta ad arte in questa dinamica di controllo. Perché, infatti, il potere costituito avrebbe dovuto allargare le sue maglie e dato spazio ad idee che potevano abbattearlo? Quale poteva essere la logica di tutto questo? Una risposta possibile potrebbe essere ricondotta alla necessità di concedere qualcosa per non perdere tutto, in ultima analisi una *strumentalizzazione* i cui effetti benefici sul piano culturale vanno considerati nient'altro che effetti collaterali.

*[...] Nel Sessantotto non c'è una percezione chiara del fatto che la rivoluzione cognitiva e lo spontaneismo vitalistico rappresentino scelte opposte e inconciliabili [...] In Italia [...] trasformando i contestatori del Sessantotto in professori e i contestatori del Settantasette in giornalisti, la rivoluzione cognitiva è ricondotta nell'ambito della burocrazia e delle istituzioni [...]*⁵⁹

Riprendiamo per un momento il problema dell'auto-referenzialità dei media già più volte accennato, e che si consolida attraverso la proposizione di programmi autocelebrativi e l'introduzione di quanto fa parte di essa nel tessuto culturale della società. Un altro elemento sul quale ci possiamo soffermare è dato dal conferimento di extraterritorialità dello spazio televisivo, nel senso di "spazio neutro", un luogo ambito da politici, artisti, musicisti di ogni fazione, scuola, genere. Una *vetrina* a tutto tondo, visibile in

⁵⁹ M. Perniola, *Contro la comunicazione*, Einaudi, Torino 2004 p. 27.

ogni casa, spesso anche fuori dai confini nazionali, i cui gestori si pongono come veri e propri arbitri delle fortune di chi la frequenta. Da questo equivoco nasce l'idea della necessità di figure quali conduttori, giornalisti, persino politici “*super partes*”, semplici divulgatori o specialisti incaricati di interpretare nel modo più tecnico la loro funzione. Addirittura si è arrivati a veicolare un'idea di “non professionalità” necessaria allo svolgimento di una funzione in modo tale da non acquisirne presunti “vizi” tipici (evidentemente, sic!) di chi la svolge per lavoro.

Nell'osservare che i codici deontologici, oltre che i valori etici e morali propri di ogni professione (e di ogni uomo) dovrebbero essere più che sufficienti a non sovrapporre i concetti di “onestà” e “fziosità”, rimane una certezza il fatto che nessuno può dirsi non-schierato, persino chi fa del disinteresse o della protesta *tout court* la linea guida delle proprie azioni⁶⁰. La televisione, nella sua concezione neutrale di “contenitore” può a ragione avvalorare l'ipotesi di costituire il retroterra culturale di questo concezione dell'informazione e ancor di più della politica che tende progressivamente a allentare i legami con le sue radici storiche e culturali⁶¹. E ricordiamoci che la “verità”, nell'accezione di “oggettività”, non può dirsi in nessun modo “di parte”.

⁶⁰ Ricordiamo, a tale proposito, l'esperienza della lista de “L'uomo qualunque” che, promossa dal giornalista Guglielmo Giannini, alle elezioni del giugno 1946, raccolse 1,2 milioni di voti (5,3% del totale) portò all'elezione di 30 membri dell'Assemblea Costituente (con lo stesso Giannini addirittura terzo per preferenze dopo De Gasperi e Togliatti).

⁶¹ C'è una profonda differenza tra un qualsiasi partito politico che, almeno nel nome, sintetizza e conserva il *corpus* di valori che hanno concorso alla sua creazione, ed uno che, in omaggio a questa tendenza, sceglie di rappresentarsi con una dicitura ed un logo scelto con criteri propri del marketing. La considerazione apre la strada ad altre di diversa natura, non attinenti però ai fini del presente lavoro.

Abbiamo anche visto quanto i modelli di adultità, gli stili di vita proposti dai media siano influenzati da interessi prevalentemente economici, sia che si concretizzino nella pubblicità in senso stretto che in un orientamento politico. L'omologazione dei toni, che in parte è un fisiologico risultato della tecnologia mediatica, produce anche un effetto di confusione tra "la realtà" e "la realtà rappresentata". Ribaltando il problema, studi condotti sugli effetti della violenza in Tv e al cinema⁶² hanno dimostrato che, specie i bambini, manifestano somatizzazioni direttamente riconducibili all'esposizione a tali scene, anche se, rispetto ad una esperienza diretta, la *fiction* certo non possiede la stessa capacità di penetrazione, l'inflazione di stimoli in tal senso, nell'ottica del lungo periodo, è comunque in grado di produrre disturbi quali insonnia, aggressività eccetera.

Una simile consapevolezza dovrebbe ispirare una programmazione in grado di salvaguardare le fasce più esposte della popolazione a tali rischi; in Italia esiste un codice di auto regolamentazione in tal senso, ed un contratto di servizio pubblico stipulato tra la RAI e il Ministero delle telecomunicazioni, consultabile direttamente sul sito del Ministero stesso⁶³. Si invita ad una lettura di tale atto, e ad una conseguente valutazione riguardo la sua pratica attuazione.

Coloro che respingono ogni accusa di manipolazione da parte dei media affermano che la televisione, in particolare, fornisce

⁶² I primi risalgono già agli anni '50 negli USA, seguiti dal primo rapporto nazionale (Surgeon General's report) del 1972 integrato da un rapporto da parte del National Institute of Mental Health pubblicato dieci anni dopo. I risultati ottenuti non si discostavano, addirittura rivelando l'esistenza di un *trend* negativo crescente.

⁶³ <http://www.comunicazioni.it/it/index.php?Arc=1&IdNews=31>.

al pubblico ciò che vuole; la tesi non è nuova, e ci riporta all'approccio funzionalista di Talcott e Parsones ed al modello cd. "Uses and gratification". Le critiche mosse a suo tempo a tale ipotesi – e già accennate in precedenza – sono oggi rafforzate dal fatto che i media, in tutti questi anni, hanno conosciuto uno sviluppo quantitativo e qualitativo (sul piano della tecnologia) esponenziale.

L'influsso della Tv nel complessivo processo di programmazione socio culturale (a cui partecipano anche altre agenzie di socializzazione, come la scuola) ha a tutt'oggi in Italia, oltre cinquant'anni di storia. Il pubblico è quindi necessariamente stato "educato" alla sua programmazione, e, a supporto di ciò, è sufficiente analizzare i dati dell'*auditel*, per ricavarne che esso mostra di gradire maggiormente la reiterazione di format consolidati nel tempo (giochi a premi, varietà, reality show eccetera), piuttosto che programmazioni di nuovo genere; come abbiamo già avuto modo di sottolineare, la resistenza al "nuovo" è parte del processo di conservazione di un sistema culturale.

[...] Adorno ha stigmatizzato i danni arrecati dalla cultura di massa, che sarebbe un prodotto dei vari mezzi di diffusione a vasto raggio, in particolare della televisione. [...] l'abitudine a guardare i programmi televisivi metterebbe in atto una sorta di "psicanalisi al contrario", poiché lo spettatore, senza rendersene conto, sarebbe sottoposto all'influenza dei messaggi impliciti, vale a dire degli stereotipi conformi a modelli sociali rigidi. Inoltre, la televisione svilirebbe le forme artistiche, volgarizzandole, e ridurrebbe i capolavori al livello di prodotti di consumo. [...] tutto quel che può stimolare la personalità del telespettatore sarebbe edulcorato e soffocato

*sotto i tanti suggerimenti privi di originalità che lo inducono al contrario all'uniformità dei gusti e alla mediocrità.*⁶⁴

Il discorso ci riporta quindi al rapporto tra media e cultura sul quale già ci siamo soffermati; numerosi studiosi evidenziano quelle che sono le potenzialità del mezzo, ed un suo possibile utilizzo in chiave educativa:

*[...] “il televisore ha risvegliato nei più lontani angoli d'Italia nuovi desideri, nuove ambizioni”. Sono desideri e ambizioni sane al loro inizio. Agli intellettuali, alle energie più qualificate del Paese, il compito di indirizzarli verso la comprensione e interpretazione della realtà anziché verso la cabina a quiz di Mike Bongiorno.*⁶⁵

e ancora:

*[...] La tele-educazione è un sistema straordinario per fornire e per distribuire conoscenze specializzate, che altrimenti resterebbero inaccessibili a chi vive in certi luoghi. Questo è un primo aspetto. Un secondo aspetto è la moltiplicazione delle connessioni tra le persone, non solo tra studenti e professori, ma anche degli studenti tra di loro e tra le zone periferiche e i centri. Il terzo beneficio che la tele-educazione apporta è una ricomposizione completa dei fenomeni della conoscenza, cioè la conoscenza connettiva. [...]*⁶⁶

⁶⁴ J. Cazeneuve, op.cit. p. 270. La citazione fa riferimento al testo di T.W. Adorno: “Television and the patterns of mass culture”, in W. Schramm: “Mass communications”, Univ. Of Illinois, 1960.

⁶⁵ F. Ferrarotti, op.cit. p.79.

⁶⁶ D. De Kerckhove, "Verso la conoscenza connettiva" in: "<http://www.mediamente.rai.it/home/bibliote/intervis/>

I rischi di livellamento culturale sono però allo stesso tempo ben presenti:

*[...] La cultura di massa [...] sostituisce, all'esclusione della masse dalla cultura, una partecipazione addomesticata e regolata [...] La [sua] potenza è direttamente proporzionale al vuoto esistente nella vita dei singoli, che essa viene in qualche modo a riempire, in forma apparentemente più innocua; ma a lungo andare non è meno pericolosa dei vecchi miti nazionalistici o irrazionalistici [...]*⁶⁷

Ed è proprio in questo carattere *compensativo* del mezzo televisivo, la facilità con la quale riesce a veicolare una quantità enorme di informazioni – attraverso l'utilizzo combinato di immagini, suoni, parole – che si nasconde l'insidia di una cultura diffusa tendente all'omogeneizzazione. Ed è un livellamento che, nelle modalità, ci riporta più al *soma* del romanzo di Aldous Huxley⁶⁸ che alle costrizioni di “1984” di George Orwell, un livellamento che trova nel gradimento riscosso dalla programmazione cd. di “intrattenimento” la sua cuspide. E questo perché, come già più volte sottolineato, il gusto del pubblico è frutto di anni e anni di “addomesticamento” in tal senso. Si può dire, a ragione, che la *televisione trasmette ciò che ha insegnato ad essere apprezzato*, inducendo bisogni – ripetiamolo ancora una volta – surrettiziamente legati a prodotti di consumo, ma che difficilmente coincidono con i veri bisogni degli individui. Va ricordato, inoltre, che più sono esasperati i contenuti dell'informazione — quantitativamente, ma anche

⁶⁷ F. Ferrarotti, op.cit. p. 55

⁶⁸ “Mondo nuovo”, seguito da “Ritorno a Mondo Nuovo”, editi in Italia da Mondadori.

qualitativamente, nel senso di: scene di violenza sempre più feroce, riferimenti sessuali espliciti, informazione politica modellata sulla drammatizzazione di una perenne campagna elettorale — più si alza la soglia emotiva del pubblico; si assiste così ad un crescente fenomeno di de—sensibilizzazione apparente che di fatto impedisce una positiva, consapevole relazione con la realtà che ci circonda.

Dopo quanto abbiamo detto, se per certi versi abbiamo dato una risposta positiva alla domanda principale, ovvero: *i media sono in grado di influenzare le relazioni umane*, altre domande sorgono di conseguenza. Tra le tante, una in particolare, a mio avviso, riveste carattere prioritario: è possibile da parte del pubblico intervenire affinché i media vengano gestiti con le finalità educative, informative e anche ludiche che dovrebbero essere loro proprie? La risposta, nostro avviso, è senz'altro positiva, a patto si scelga di rinunciare a *qualcosa* nell'ottica di una sorta di investimento a lungo termine. Se veramente la TV — in particolar modo — deve trasmettere ciò che piace al pubblico, credo sia senz'altro ipotizzabile un rifiuto deciso di quest'ultimo verso programmazioni non gradite, e, ancora di più, verso quella fruizione compulsiva e abitudinaria spesso antagonista alle relazioni in ambito domestico. Perché è certo che la TV piace, ma in larga misura in conseguenza di bisogni da essa indotti e immediatamente tamponabili con modalità di fruizione parimenti insegnate, sia pure col concorso di altre agenzie di socializzazione; forse se il termine di confronto più appropriato è qualcosa più vicino al concetto di “dipendenza indotta” che di “gusto”.

A nostro avviso è necessario innanzi tutto cercare di ricreare forme di interazione realmente soddisfacenti con se stessi e con gli altri che tolgano ogni movente alla fruizione passiva del media. Spengere la televisione che non piace porterebbe ad una caduta verticale degli introiti pubblicitari (i cui costi

ricordiamolo ancora una volta, vengono ricaricati dai produttori sui consumatori), e, nel tempo ad una significativa inversione di tendenza nella gestione della programmazione. Un po' come se un teatro, trasformato in centro commerciale, venisse disertato dal pubblico, costringendo così la proprietà ad un nuovo cambio di destinazione.

In chiusura, è doveroso ricordare che, se oggi parlare di televisione *anche* in questi termini è certamente più facile anche solo di venti anni fa, ecco come, in una intervista rilasciata ad Arturo Gismondi, e pubblicata su "Vie Nuove", Pier Paolo Pasolini, poeta, scrittore regista, ma anche osservatore attento della realtà che lo circondava, a questo proposito così si esprimeva:

[...] Accade un fenomeno degno di nota [...] tenterò di accennarlo. La Tv, a mio parere, mettendo insieme spettacoli di un certo valore artistico e culturale (la prosa) e altri di assai minore livello, mettendo cioè la parte più povera, culturalmente parlando, a contatto con diversi livelli, per così dire, di cultura, non solo non concorre ad elevare il livello culturale degli strati inferiori, ma determina loro un senso d'inferiorità, quasi angosciosa. I poveri, cioè, vengono indotti continuamente ad una scelta, che cade, per forza di cose, a vantaggio degli spettacoli improntati a livello inferiore. In questo senso [...] la Tv si inserisce nel fenomeno generale del neocapitalismo. in quanto essa tende a elevare un po' il grado di conoscenza in coloro che sono a un livello superiore, ma a precipitare ancora più in basso chi si trova a un livello inferiore⁶⁹.

⁶⁹ P.P.Pasolini, "Saggi sulla politica e sulla società", Mondadori 1999, p.1555.

Era il 20 dicembre 1958⁷⁰.

BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE

testi a cui è stato fatto esplicito riferimento:

- Arnheim R., *Arte e percezione visiva*, Feltrinelli, Milano 1984.
- Brambilla M., *Dieci anni di illusioni – storia del Sessantotto*, ed. Rizzoli, Milano 1994.
- Caprettini G.P., *Totem e tivù*, Marsilio, Venezia 1994.
- Cazeneuve J., *“I poteri della televisione”*, Armando Editore, Roma 1972.
- Dayan D., Katz E., *Le grandi cerimonie dei media*, Baskerville, Bologna 1993.
- De Kerkhove D., *“Brainframes”*, Baskerville, Bologna 1993.
- Denti R., *“Lasciamoli leggere”*, Einaudi, Torino 1999.
- Dethlefsen T., *“Malattia e destino”*, Ed. Mediterranee, Roma 1986.
- Ferrarotti F., *La televisione*, Newton e Compton Editori, Roma 2004.
- Goffman E., *“La vita quotidiana come rappresentazione”*, Il Mulino, Bologna, 1978.
- Mc Luhan M., *“Il medium è il messaggio”*, Feltrinelli Milano 1968.

⁷⁰ La Tv italiana nasce ufficialmente il 3 gennaio del 1954, a seguito dei primi esperimenti risalenti al 1933 non finalizzati alla diffusione pubblica. In quell'anno quasi il 40% dei lavoratori appartiene al settore agricolo, più del 32% è nell'industria e più del 28% è nel terziario; il reddito pro-capite nel 1950 non si allontanava dai livelli del 1938. L'italiano è parlato in modo corretto da solo 1/5 della popolazione (quasi il 13% è addirittura analfabeta). Inizialmente la tv viene vista solo in Piemonte, Lombardia, Liguria, Toscana, Umbria e Lazio, ma già alla fine del '54 la quota di popolazione servita supera il 48%. Solo nel '61 raggiunge il 97% degli italiani.

- Meyrowitz J., “Oltre il senso del luogo”, Baskerville, Bologna 1995.
- Oliverio A., “L’arte di pensare”, Bur, Milano 1997.
- Pasolini P.P., “Saggi sulla politica e sulla società”, Mondadori 1999
- Perniola M., “Contro la comunicazione”, Einaudi, Torino 2004.
- Watzlawick P., “Il linguaggio del cambiamento”, Feltrinelli 1980.

testi a cui non è stato fatto esplicito riferimento:

- Baldelli Pio, “Informazione e controinformazione”, Mazzotta, Milano 1977
- Cheli E., La realtà mediata, francoAngeli, Milano 1997
- Cheli E., “Difendersi dai media”, Punto di fuga Editore, 2003
- Damasio A., “L’errore di Cartesio”, Adelphi, Milano 1995
- Eco U., “Apocalittici o integrati” Bompiani , Milano 1990
- Eco U., “Diario minimo” Fabbri Editori, Milano 1995
- Eco U., “Opera aperta”, Bompiani, Milano 1986
- Feyerabend P.K., “Contro il metodo”, Feltrinelli, Milano 2002
- Feyerabend P.K., “Ambiguità e armonia”, Laterza, Bari 1998
- Feyerabend P.K., “Discorso sul metodo”, Laterza, Bari 1998
- Givone S., “L’estetica del Novecento”, Utet, Milano 1995
- Lewin K., “Teoria e sperimentazione in psicologia sociale”, Il Mulino, Bologna 1990

- Lewin K., “Teoria dinamica della personalità”, Giunti Barbera, Firenze 1965.
- Maturana H., Varela F., “L’albero della conoscenza” Garzanti, Milano, 1992
- McLuhan M., “Gli strumenti del comunicare” Il saggiaiore, Roma 2002
- Moscovici S., “Rappresentazioni sociali”, Il Mulino, Bologna 1989
- Pavlov Ivan P., “I riflessi condizionati”, Bollati Boringhieri, Torino 1994
- Piaget J. “L’epistemologia genetica” Laterza, Bari 1983
- Sapir E. “Il linguaggio”, Einaudi, Torino 1968
- Tinacci manelli G., “Le grandi comunicazioni”, Arnaldo Forni Editore, Roma 1985
- Von Bertalanffy L., “Teoria generale dei sistemi”, Mondadori, Milano 1983
- Watzlavick P., Beavin J., Jackson D.D., “Pragmatica della comunicazione”, Astrolabio, Roma 1971
- Whorf B.L. “Linguaggio, pensiero, realtà”, Boringhieri, Torino 1977
- Wittgenstein L. “Tractatus logico—philosophicus” e Quaderni 1914—1916, Einaudi, Torino 1998.
- Wittgenstein L. “Osservazioni filosofiche”, Einaudi, Torino 1998.
- Wittgenstein L. “Ricerche filosofiche” , Einaudi, Torino 1998.

quotidiani, periodici, siti web:

- Atti dell’ Istituto per la Formazione al Giornalismo di Urbino, 31 gennaio 2001: “Quando l’informazione diventa pubblicità occulta” a firma di A. Biondi.
- Codacom news n. 27 giugno 2004

- Il Manifesto, 25 gennaio 2002: “Bourdieu l’ultimo maestro” a firma di A. Dal Lago
- L’Espresso 19/04/2005, La bustina di Minerva: Essere qualcuno, a firma U.Eco
- La Stampa, 26 maggio 2001: “Clinica, prigione, caserma: i luoghi in cui si deve lottare per restare liberi” a firma di M. Belpoliti
- LatinoAmericana, n.1/2005
- Le Monde Diplomatique, ed. it. gennaio 2005 a firma di I. Ramonet,
- Osservatorio sul Tabacco n° 7 – aprile 2000: “Hollywood e tabacco” a firma di E.Calcagno,
- Panorama, 5 gennaio 2005
- Rai Educational: “Ma un best seller si fabbrica o si crea?”
- Rivista Pirelli. “Televisione e cultura” nn. 1,2,3 anno 1961: Verso una civiltà della visione? a firma U. Eco
- Tabagismo & pfc Anno V – n°45 – Maggio 2003 “La morte può attendere” a firma di C. Zatteroni
- www.ilnuovo.it
- www.mediamente.rai.it
- www.comunicazioni.it

mediaemozione

mediaemozione

mediaemozione

CAPITOLO II

EMOZIONALMENTE

ASCOLTARE LE PROPRIE EMOZIONI PER RELAZIONARSI CON L'ALTRO

Ilaria Buccioni

mediaemozione

1. LO SCENARIO

Viviamo in un mondo in cui la frustrazione, l'aggressività diffusa, la mancanza di comunicazione ed ascolto creano le basi per la "non accettazione" dell' altro e soprattutto di noi stessi, con conseguente stress, senso d'insoddisfazione, rassegnazione, aggressività.

Partiamo così da una dimensione di conflittualità interiore che riguarda la non accettazione di sé per riportarla sui piani intermedi (famiglia, lavoro, scuola, condominio...) alimentando discriminazione sessuale, razziale, culturale. Questo favorisce un terreno emotivo ed ideologico che inevitabilmente supporta macro-conflitti, guerre, prevaricazioni e sfruttamento a livello macrosociale.

Purtroppo molti di noi sono ancora legati alla vecchia concezione che per cambiare lo stato del mondo sia necessario partire esclusivamente dall'esterno, imponendo unicamente cambiamenti attraverso inter-venti a livello culturale, sociale, politico. In effetti senza una contemporanea rivoluzione nel campo della coscienza individuale poco si trasformerà in meglio e la resistenza al cambiamento del sistema in cui viviamo rimarrà comunque forte. Soltanto nel momento in cui accettiamo le nostre "diversità" accettiamo anche quelle dell'altro, perché riusciamo a conciliare creativamente i nostri bisogni invece di accettarne solo una parte.

E' vero però che riportare il tutto esclusivamente al nostro mondo interiore sarebbe assurdamente riduttivo. Le nostre ottusità culturali favoriscono contrasti; certi "valori" sono rappresentazioni di un preciso contesto socio-culturale e fanno parte del patrimonio comune dell'essere "riconosciuti" ed accettati. Questa dicotomia non soltanto ci impone di nascondere quelle parti di noi che non corrispondono ad un

“valore positivo”, ma anche a giudicare negativamente quello che proviene dalle altre culture, creando un reciproco rifiuto.

Crediamo occorranza strumenti che partendo da questo stato generale portino ad un’analisi funzionale del nostro mondo interiore e allo stesso tempo dei rapporti interpersonali indirizzandoci verso il recupero della positività, della ricchezza del mondo relazionale.

A tale scopo riteniamo indispensabile soffermarci sulla stretta connessione tra la comunicazione *intra-personale* (la relazione con se stessi) e quella *inter-personale* (la relazione con gli altri). Individueremo la prima come capacità di accesso alla propria vita emotiva, affettiva, grazie alla quale ci è concesso di compiere un’immediata discriminazione delle emozioni, di accettarle, di comunicarle, di interpretarle alla luce di codici simbolici - strumento per comprendere e regolare il proprio comportamento. La seconda, la comunicazione interpersonale, implica nel bimbo piccolo la capacità di discriminare tra le persone e soprattutto fra le loro motivazioni e intenzioni, gli stati d’animo, i temperamenti; da adulti ci permette di leggere perspicacemente le intenzioni, i bisogni e i desideri dell’altro.⁷¹

Sulla scia di queste considerazioni vorremmo fare alcune proposte di lettura che prendono in considerazione prevalentemente aspetti neurofisiologici e comunicativo-relazionali, in un rapporto trasversale.

⁷¹ Rossi B., “Pedagogia degli affetti”, Laterza, 2002

1.1 I PUNTI DI RIFERIMENTO⁷²

Pur convenendo che la nostra competenza comunicativo-relazionale non dipenda esclusivamente dalla dimensione intra-personale - come la psicologia classica ci ha insegnato - ma che si possa intervenire anche a livello relazionale in senso stretto⁷³ nella prima parte ci focalizzeremo essenzialmente sul micromondo individuale avendo presenti le seguenti premesse:

- *Comunicare con gli altri significa innanzitutto comunicare con se stessi.* Se è vero che una buona comunicazione interna genera una buona comunicazione esterna, maggiore sarà l'armonia con noi stessi più appaganti, nutrienti, creative saranno le relazioni che riusciamo ad instaurare. Parlando di relazioni interpersonali, di pace, di conflitto, si è portati a spostare costantemente l'attenzione verso l'esterno, verso l'altro. Raramente consideriamo quello che troviamo all'esterno una sorta di specchio della nostra realtà interiore; quel micromondo fatto dalle nostre esperienze, dalle nostre maschere, dai nostri condizionamenti, insomma da tutto ciò che fino ad oggi ci ha permesso di esistere e di vivere la nostra esistenza familiare, lavorativa, sociale. Questo riproduce fondamentalmente la conflittualità che ognuno di noi ospita e nella maggior parte dei casi ci impedisce di vivere pienamente la nostra vita e le nostre relazioni

⁷² Buccioni I., *L'importanza di comunicare con se stessi: come i conflitti interiori si riflettono sui nostri rapporti con il mondo esterno*, in Buccioni I. (a cura di), "Relazionarsi oggi", ed. Comune di Firenze, Firenze 2004

⁷³ Con la scuola di Palo Alto, con Eric Berne e Ronald D. Laing si comincia ad introdurre un'educazione alle relazioni che permette di analizzare le patologie psico-sociali come prodotto della relazione tra il soggetto ed il suo sistema di riferimento.

interpersonali per incamminarci verso il nostro *benessere* e, perché no, sulla strada di una presunta felicità. Il principio di *isomorfismo* – ovvero la corrispondenza *strutturale* che consente di individuare le somiglianze tra i sistemi di riferimento e i diversi livelli di comunicazione - ci spiega perché ciò che troviamo all'esterno sia una sorta di specchio del nostro mondo interiore. Tra le ipotesi a sostegno di tale teoria merita attenzione quella che sostiene l'esistenza di un rapporto profondo e universale tra l'uomo ed i simboli che pur in forme temporali e cronologiche diverse rileva somiglianze nei significati. Tali somiglianze sono da ricercare nelle matrici storiche, religiose e culturali comuni o vicine, che potrebbero derivare da complessi psicologici inconsci, innati e universali, comuni a tutta l'umanità. Secondo Jung tali archetipi sono inosservabili ma attraverso sollecitazioni interne o esterne emergono sotto forma di sogni, miti, fantasie etc. Nonostante le differenze esteriori è spesso possibile riuscire a vederli come espressione di uno stesso significato profondo. Il carattere universale degli archetipi sembra costituire un ulteriore elemento a sostegno dell'ipotesi che vi siano *isomorfismi tra la struttura della percezione e la struttura della realtà, non solo quella esterna ma anche quella interna all'individuo* (il sistema neuropercettivo)⁷⁴.

- *Il processo comunicativo è innescato dalla necessità di esprimere un nostro bisogno considerando che ognuno di noi si esplicita attraverso le dimensioni fisico-energetica, emotiva, razionale e spirituale. Pertanto per poter realizzare un salto evolutivo verso una*

⁷⁴ Cheli E., "Olismo e riduzionismo", in corso di stampa.

consapevolezza⁷⁵ globale è necessario che innanzitutto l'essere umano realizzi un'unità interiore. Partendo da questi presupposti, la risoluzione della crisi relazionale che caratterizza la società in cui viviamo implica una trasformazione dell'esperienza di se stessi che, modificando e sviluppando le potenzialità del nostro cervello e della nostra coscienza, si manifesti in una nuova logica creativa del vivere e in una visione unitaria dell'uomo e del pianeta. Tale approccio incoraggia una visione integrata e globale che tiene conto delle differenze e delle molteplicità, favorendo così il superamento della frammentarietà che connota attualmente la gamma degli interventi con cui - a livello sociale ed istituzionale - si tende a rispondere alla complessificazione della società e dell'individuo. Siamo di fronte quindi ad un proposta che ci permette di offrire delle linee educative più globali, flessibili e consone alle esigenze del presente momento di trasformazione culturale e sociale. Un'educazione globale che permette di sviluppare sia il senso di unità interiore sia le potenzialità nelle differenti dimensioni dell'esperienza umana. Osservare, entrare dentro e accettare la nostra globalità, ci permette di accogliere i "diversi da noi"; imparare ad accettare i nostri bisogni ci consente di negoziare equamente con gli altri nel micro e nel macro contesto.

⁷⁵ *“La consapevolezza è la capacità di prestare attenzione a ciò che accade dentro e fuori di noi, interpretandolo correttamente.... Comunicare con consapevolezza significa quindi prestare attenzione a sé stessi e agli altri al di là degli schemi consueti, saper ampliare la propria “visuale” in modo da vedere nodi e blocchi della comunicazione, sapersi rendere conto di ciò che realmente sta accadendo mentre interagiamo”* (Cheli E., “L'età del risveglio interiore”, FrancoAngeli 2001).

- *Ogni comportamento individuale interferisce e modifica il sistema di riferimento (scuola, famiglia, coppia, gruppo...) nonostante i suoi tentativi omeostatici di conservazione.* La forza omeostatica di un sistema è la sua propensione a rimanere uguale a se stesso in una sorta di circuito di sopravvivenza e sicurezza. Quando il sistema è sano questa forza coesiste con quella di trasformazione ed evoluzione; in caso contrario la tendenza è di restare immutato non permettendo a nuovi fattori di intervenire e ostacolando in vario modo la sua capacità di riorganizzarsi autonomamente in una nuova forma. In virtù di tale principio un approccio sistemico di prevenzione funziona al tempo stesso come terapia ed i suoi effetti si allargano dall'ambito ristretto a cui era stato mirato stimolando la capacità del sistema di adattarsi a nuovi processi. Questo permette un cammino di crescita in termini evolutivi che coinvolge il singolo individuo ed il contesto in cui è inserito. Quando questo si realizza con successo, i processi attivati possono contribuire alla soluzione di problemi o patologie anche molto lontane dall'ambito specifico per cui erano state progettate.
- *Nella comunicazione/relazione ognuno di noi parte dalle proprie premesse, dai propri condizionamenti ed è indispensabile cercare altri punti di vista per comunicare realmente e profondamente con l'altro.* Questo implica inesorabilmente la fatica di lasciare le proprie certezze, i propri condizionamenti, i propri tabù ed i propri pregiudizi. In questo senso ci è di grande aiuto la fisica quantistica che ha sottolineato come secondo il punto di vista in cui si osserva la realtà,

un'unità può essere analizzata ora come onda, ora come particella (Principio di Indeterminazione di W. Heisenberg). Il primo caso si verifica qualora la si osservi come fascio di particelle (fotoni), oppure come flusso di onde elettromagnetiche, rilevando così processi dinamici. Nel secondo caso questa può essere separata e distinta dalle altre e dal tutto, portando ad una visione oggettuale e materiale del mondo.⁷⁶ Collocando la problematica su un piano diverso attraverso un processo di "ristrutturazione" si arriva a rileggere la situazione arrivando a soluzioni alternative e sciogliendo il nodo che ci bloccava in una prassi ripetitiva e consolidata, ma senza efficacia. Per usare le parole di Marcel Proust "*Il vero viaggio di scoperta non consiste nel cercare nuove terre, ma nell'aver nuovi occhi*".

Partendo da tali principi possiamo ampliare il paradigma watzlawickiano che sostiene l'impossibilità di non comunicare⁷⁷ affermando che la nostra esistenza è una continua interazione sia con l'esterno che con noi stessi. E' vero infatti che anche il nostro corpo è una comunicazione continua tra organi, atomi, neuroni al fine di produrre/trasmettere le informazioni che permettono loro di interagire e quindi all'organismo di vivere.

Ma chi comunica con chi? In effetti se la comunicazione tra due soggetti si compone di un *contenuto*, ovvero di ciò che

⁷⁶ Capra F., "Il tao della fisica", Adelphi, Milano, 1987.

⁷⁷ In "Pragmatica della comunicazione umana" Paul Watzlawick afferma che non solo la parola, ma anche il silenzio, ed in alcuni casi, *l'assenza* producono un messaggio. Saremmo pertanto tratti in inganno qualora dessimo spazio esclusivamente alle interpretazioni puramente letterali dei messaggi tra due soggetti.

viene linguisticamente espresso e di una *relazione*, è quest'ultima che lascia il segno di maggior rilievo - anche se spesso inconsapevolmente in quanto si esprime su piani che non sempre riusciamo a codificare a livello conscio (es. mimica, gestualità, colori, odori, tono della voce...). In ogni relazione che instauriamo entrano infatti in gioco due *mondi* distinti. Sono i mondi di due soggetti con capacità di codifica del messaggio diverse, perché diversa è la loro storia individuale e sociale, entrambi però definibili ironicamente come due grosse *cipolle*, che rivelano la loro essenza soltanto dopo essersi spogliate degli strati superficiali.

Ognuno di questi *due mondi* interpreta i messaggi che arrivano filtrandoli attraverso le proprie *stratificazioni*. Si comprende così come sia complessa la percezione del significato reale dei messaggi che emettiamo e riceviamo. Questa prospettiva, ci fa scorgere le continue interferenze dell'ambiente e del canale di comunicazione, ma in misura prevalente delle strutture e dei condizionamenti individuali. Da un lato siamo le macro strutture in cui viviamo - lo stato, la cultura dominante, la scuola, la famiglia, le relazioni familiari primarie - dall'altro il micromondo individuale - che si stratifica in conoscenze globali, competenza comunicativa, conoscenze e valori, identità sociale (maschere e ruoli) esperienze positive e negative, il nostro profondo sé.

Questa corazza stratiforme di cui ognuno di noi è forzatamente dotato ci ha permesso di difendere la nostra vera essenza e quindi di "sopravvivere" sin dall'infanzia. Così da allora affidiamo la nostra immagine esteriore a delle subpersonalità - ovvero a dei sé primari secondo la teoria del Voice Dialogue⁷⁸ - a delle maschere che mostrano solo ciò che riteniamo essere accettato dagli altri. Secondo vari autori la

⁷⁸ Stone H., Stone S., "Tu ed io. Incontro, scontro e crescita nella relazione interpersonale", M.I.R. edizioni, Montespertoli, Firenze, 2003.

personalità infatti non è un'entità psicologica unitaria, ma piuttosto un insieme dinamico di *sub-personalità*, alla ricerca di attenzione e valorizzazione dei propri bisogni. Secondo Hal e Sidra Stone, questi sé si suddividono in due grandi gruppi: i *sé primari* e i *sé rinnegati*. Appartengono al primo gruppo quei sé accettati e condivisi dal sistema familiare e socioculturale di appartenenza e con i quali si tende fin da bambini a identificarsi, portandoli alla luce del sole. Costituiscono invece il secondo gruppo quelle sub-personalità che vengono giudicate negativamente dalla società e dunque anche dall'individuo, che tende a rinnegarle, lasciandole nascoste o esiliandole nell'inconscio.

*Tali sub-personalità sono in un certo senso persone reali, il cui sviluppo dipende anche dalle nostre predisposizioni psicologiche, ma trae ispirazione dalle persone della nostra infanzia. Quasi tutti noi abbiamo familiarità con la famiglia in cui siamo nati (....) C'è tuttavia una cosa affascinante di cui tener conto e che costituisce una nuova idea per la maggior parte delle persone: noi non abbiamo solo una famiglia esterna, ma anche una famiglia interiore (...) All'inizio, è costituita da sé che assomigliano agli schemi di personalità dei membri della nostra famiglia, dei nostri amici, dei nostri professori o di chiunque abbia una qualche influenza su di noi - oppure, all'inverso, è costituita da caratteristiche di personalità (o sé) che rappresentano gli schemi esattamente opposti [...]*⁷⁹

Queste parti di noi ci hanno “sostenuto nel cercare” l'amore dei nostri genitori e successivamente il riconoscimento del gruppo di amici, degli insegnanti, di colleghi e superiori ecc. Tutto questo a scapito di altre subpersonalità rimaste in ombra,

⁷⁹ H. Stone e S. Stone, 1999.

che prima o poi si ripresentano sotto forme diverse - proiezioni su persone o oggetti, ammirazione o odio, eventi esterni richiamati da comportamenti individuali e collettivi oppure da un principio di catalizzazione energetica.⁸⁰ Con le nostre maschere proviamo a tutelare la nostra profonda vulnerabilità, la nostra essenza bambina, il nostro *bambino interiore* che rimane tale nonostante la nostra crescita anagrafica. Questa se eccessivamente esposta potrebbe essere profondamente ferita, pena la nostra sconfitta o addirittura la morte.

Ci costruiamo così delle modalità comunicativo/relazionali che corrispondono ai principi di sopravvivenza che ognuno di noi ha sviluppato durante l'infanzia. Sia E. Berne⁸¹, padre dell'Analisi Transazionale, con la teoria dei *giochi* - una codifica dei comportamenti relazionali tipo - che J. Redfield⁸² con i *drammi del controllo* - *l'inquisitore, l'intimidatore, la vittima ed il troppo riservato*, tipologie aggressive o difensive, ma tutte forme di manipolazione più o meno esplicita della comunicazione/relazione - trovano una matrice comune in carenze affettivo-relazionali, ovvero nei vuoti d'amore. Si tratta quindi della *ferita dei non amati*⁸³: "il segno di una vecchia ferita mai rimarginata e ancora dolorosa, l'impronta di un bisogno d'amore rimasto inappagato".

⁸⁰ Secondo le modalità di approccio specifiche che ognuno di noi ritiene più consone alla propria formazione.

⁸¹ Draghi-Lorenz R., "Stimoli espressivi e situazionali nella determinazione delle risposte empatiche di bambini nel terzo anno di vita", in "Giornale Italiano di Psicologia", XXII, 1995, pp 577-605.

⁸² Redfield J., Adrienne C., "Guida alla profezia di Celestino", Milano, Corbaccio 1995

⁸³ Schellembaum P., "La ferita dei non amati", Edizioni RED, Novara, 1991

2. LE EMOZIONI

*Egli imparò a volare, e non si rammaricava per il prezzo che aveva dovuto pagare.
Scoprì che erano la noia e la paura e la rabbia a rendere così breve la vita di un gabbiano.*

(da *Il gabbiano Jonathan Livingston*
di Richard Bach)

Emozione è un termine generico che deriva dalla radice latina “*emovere*” – l’idea di qualcosa che mette la mente in movimento verso un’azione che può esser dannosa, neutra o positiva..

Secondo la definizione presente nel Dictionnaire di De Furetière (1690) - uno dei primi dizionari della lingua francese - l’emozione è :

un movimento straordinario che agita il corpo e lo spirito, e che ne turba il temperamento o l'equilibrio. La febbre comincia e finisce con un piccolo turbamento del polso. Quando si compie uno sforzo violento, si prova emozione in tutto il corpo. Un amante prova emozione alla vista dell'amata, un codardo alla vista del proprio nemico."

Oggi, forse, tale definizione fa sorridere ma il sorriso si trasforma in stupore quando, come evidenziano Christophe

André e François Le Lord⁸⁴, ci si rende conto che in essa sono presenti le caratteristiche essenziali in base alle quali la moderna scienza definisce un'emozione:

- Un'emozione è un movimento, cioè un cambiamento rispetto ad uno stato di immobilità iniziale.
- Un'emozione comprende dei fenomeni fisici "in tutto il corpo" (componente fisiologica delle emozioni).
- L'emozione agita lo spirito, ci fa pensare in maniera differente (componente cognitiva dell'emozione).
- L'emozione è una reazione ad un avvenimento. Furetière, ad esempio, parla dell'emozione che l'individuo ha vedendo la donna amata od un suo nemico.
- Infine, anche se dalla definizione lo si può solamente supporre, l'emozione ci prepara e spesso ci spinge all'azione (componente comportamentale dell'emozione)

Inizialmente, gli studi scientifici sulle emozioni, influenzati primariamente da una tradizione filosofica, operavano una netta distinzione tra emozione e cognizione, considerando le emozioni o “*passioni*” forme primitive di attività psichica⁸⁵. Ma già intuizioni di alcuni filosofi come Epitteto (*l'uomo è turbato più che dagli eventi, o dai problemi dalla sua opinione degli eventi*) e poi Spinoza, hanno tentato di spiegare le emozioni facendo riferimento ad alcuni aspetti dell'attività cognitiva. Ciò nonostante, solo verso la fine degli anni

⁸⁴ André C. e Le lord F., "La forza delle emozioni", ed Corbaccio, Milano 2001

⁸⁵ Lange C. G., "The mechanism of the emotions", Trans. by Benjamin Rand, first appeared in Rand, Benjamin (Ed.)(1912). *The Classical Psychologists* (pp. 672-684). [The "other" source of the James-Lange theory of emotion.].

Tratto da www.psychclassics.yorku.ca

Sessanta si è cominciato a formulare vere e proprie teorie cognitive (Averill, Lazarus). Queste teorie, in un certo senso superano la distinzione fra processi cognitivi ed emozionali ed anzi mettono in risalto i legami non solo funzionali.

Nella cultura buddista si chiama emozione qualcosa che condiziona la mente, facendole adottare un certo punto di vista o visione delle cose. Non è necessariamente un riferimento ad uno scatto emotivo verificatosi all' improvviso nella mente - che è forse quanto di più vicino a ciò che gli scienziati studiano come emozione. Il buddismo considera un evento del genere un'emozione grossolana, come quando si è evidentemente arrabbiati o tristi.

Le emozioni sono condizionate dalle nostre esperienze e dai modelli acquisiti nel corso della vita e a loro volta condizionano i nostri pensieri, la nostra capacità di interpretazione/percezione della realtà, le nostre reazioni; sono soggette - in misura diversa per ognuno di noi - a processi di selezione più o meno volontari, di consapevolezza o di rifiuto, di esaltazione o di blocco. Spesso la sfera emotiva e quella cognitiva sono un'unità indivisibile e diventa estremamente difficile separarle. La capacità di esprimere l'emozione è una funzione della corteccia cerebrale che permette di prendere consapevolezza, accettare e gestire ciò che ci sta accadendo. Ciò permette di attenuare e affrontare positivamente anche le esperienze dolorose e di rafforzare quelle piacevoli, cercando di limitare le emozioni non stemperate che possono costituire traumi che rimangono nascosti e attivi per tutta la vita. Le emozioni ed i sentimenti sono infatti una manifestazione spontanea ed unitaria dell'essere umano, nel senso psico-fisico-spirituale. Esse sono strettamente collegate alla dimensione sentimentale ed affettiva, oltre che a quella comportamentale, posturale e mimica: il batticuore, il cuore in gola, lo stomaco

che sale, il nodo alla gola...; il ritmo cardiaco o respiratorio accelerati o al contrario regolari ed armonici segnano stati emotivi diversi. Fu grazie a W. Reich⁸⁶ all'inizio del '900 che si scoprì la base biologica delle nevrosi, stabilendo il principio di identità funzionale tra mente e corpo: le fissazioni mentali ed il comportamento di una persona hanno un loro preciso corrispondente nelle tensioni muscolari croniche. Tali tensioni causano limitazioni alla respirazione e al libero scorrere dell'energia vitale dell'individuo. Per dirlo con parole di Reich: *“il corpo racchiude nei suoi blocchi muscolari la storia del nostro inconscio”*.

Non esistono di per sé emozioni positive o negative, ve ne sono alcune le cosiddette “distruttive” intese come qualcosa che reca danno a se stessi o a qualcun altro. Esiste il buono e il cattivo in termini di gioia o di sofferenza, che le nostre azioni provocano in noi o in altri. Quando pertanto, diciamo che un'emozione è negativa, ciò non significa che stiamo ripudiando qualcosa ma che quell'emozione genera minore felicità, minor benessere, minore lucidità e libertà, maggiore distorsione dalla realtà. Essa infatti impedisce alla nostra mente di riconoscere la realtà per quello che è.

2.1 Neurofisiologia delle emozioni

Partendo dall'idea che nel momento di prendere decisioni e fare scelte lo stato emotivo ed i sentimenti hanno la stessa incidenza del pensiero razionale, dobbiamo rilevare che quando

⁸⁶ Il lavoro di Reich fu ripreso in seguito da Lowen considerato l'ideatore dell'analisi bioenergetica, ma anche da J. Pierrakos fondatore della Corenergetica e da F. Perls fondatore della Gestalt; in generale le sue tesi hanno dato l'impulso iniziale alle più importanti correnti della attuale psicologia somatica.

le emozioni prendono il sopravvento l'intelligenza non è di grande aiuto. In un milione di anni si è formata la biologia dei nostri circuiti neurali: il risultato emozionale di ogni singolo individuo porta con sé la somma di un passato ancestrale e della biografia soggettiva. Così con tale esperienza ogni emozione prepara il corpo ad un tipo di risposta molto diverso:

- se siamo in collera il sangue affluisce alle mani, il battito cardiaco aumenta e una scarica di ormoni, tra cui l'adrenalina, genera un forte impulso energetico;
- di fronte alla paura il sangue affluisce ai muscoli scheletrici facendo impallidire il volto, i circuiti dei centri cerebrali scatenano una reazione ormonale che prepara allo stato di allerta e quindi all'azione;
- nella felicità i sentimenti negativi vengono eliminati attraverso un meccanismo biologico che contemporaneamente aumenta la disponibilità di energia;
- l'amore risveglia il sistema parasimpatico attivando i sistemi opposti a quelli che si attivano nella collera e nella paura generando una risposta di rilassamento;
- nella tristezza vi è una caduta di energia e si ha un rallentamento del metabolismo.

Le inclinazioni biologiche risentono di fatti culturali e disposizioni personali: alla perdita di una persona cara il sentimento della tristezza è comune, cambia invece il modo di esprimerla. La dicotomia tra "testa" e "cuore" ci accompagna per tutta la vita: più forte è il sentimento, la mente emozionale (potente, impulsiva, a volte illogica) più debole si presenta la mente razionale (la capacità di ponderare e riflettere). Generalmente la relazione tra le due organizzazioni di conoscenza è armonica ma quando entrano in conflitto le manifestazioni sono spesso molto evidenti.

Dal punto di vista biologico questo processo è supportato da un orientamento teorico estremamente interessante che riprende i principi di neurofisiologia enunciati da Henri Laborit, ulteriormente sviluppati dai coniugi Fradin, ripresi e rielaborati successivamente da Antonio R. Damasio e Christian Boiron. Essi integrano la ormai accettata teoria dei due lobi del nostro cervello – sinistro e destro, maschile e femminile, logico e analogico - introducendo e ampliando la teoria dei tre cervelli. In sostanza ci spiegano - attraverso un'ipotesi sul funzionamento del nostro cervello - come le nostre emozioni derivino non tanto da quello che ci accade, ma dalla nostra interpretazione e valutazione della realtà.

Secondo tale approccio siamo dotati di un *cervello rettile*⁸⁷ che presiede essenzialmente tutte le funzioni primarie (attivazione di bisogni fisiologici come la sete, la fame, ...) e di sorveglianza (attraverso l'attivazione di stati di emergenza). Tale cervello ci consente di mettere in atto meccanismi di difesa che preservano la nostra sopravvivenza; quelli più comuni sono essenzialmente la *fuga*, *l'attacco*, *l'inibizione dell'azione*. Normalmente tali automatismi hanno una durata pressoché limitata al riconoscimento del reale pericolo e - benché siano comunque uno stress per il nostro organismo - sono utili per prendere decisioni immediate, indispensabili in situazioni di reale pericolo. Per molti di noi sono diventati degli stati cronici, patologici attraverso i quali - ognuno con le proprie modalità e prerogative - attiviamo emozioni costanti di

⁸⁷ *Il cervello rettile* si suppone formato circa 500 milioni di anni fa e prende il nome dal fatto che le sue funzioni sono in parte simili a quelle che permettono la sopravvivenza dei rettili. Esso si compone di varie parti tra cui le più importanti sono il midollo spinale, il tronco encefalico, il cervelletto, alcune parti del talamo e alcuni organi alla base della scatola cranica.

paura, collera, tristezza o abbattimento. Si generano così stati permanenti di panico, ansia, depressione.

Il cervello rettile non ha alcun potere decisionale se non attraverso gli impulsi di reazione attivati attraverso il *cervello limbico*⁸⁸, che sovrintende la conservazione della specie e dell'individuo. Si occupa dei programmi acquisiti o innati e di quelli automatici (supremazia, istinto materno, coscienza professionale...); è il centro di costruzione dei condizionamenti (la memoria programmatrice). Esso è pertanto la sede dell'istinto gregario e di tutti quei processi che ci permettono di codificare e classificare le nostre esperienze di vita, dando loro un segno positivo o negativo. Il *c.l.* classifica gli eventi in base alla percezione di tutti i nostri sensi (colori, odori, sensazioni...) e ci spinge alla ricerca di quelle situazioni che a sua discrezione sono state segnate con segno positivo. La sua tendenza è quindi quella di riproporre per ogni situazione vissuta lo stesso tipo di esperienza senza troppe chance di modifica, alla ricerca del massimo godimento rettile.

Se il cervello rettile caratterizza la nostra fase neonatale, il cervello limbico è prerogativa di quella infantile. Con l'adolescenza iniziamo a prendere le distanze dai nostri condizionamenti e cominciamo a rompere con quelli che non sono più pertinenti con la nostra vita; questo meccanismo è possibile grazie allo sviluppo della *neocorteccia o corteccia prefrontale*⁸⁹. Essa presiede l'istinto della scoperta, la capacità

⁸⁸ Il *cervello limbico* (o cervello arcaico) si è formato tra i 300 ed i 200 milioni di anni fa ed è particolarmente sviluppato nei mammiferi e negli uccelli (secondo alcuni studiosi). Esso è composto dal talamo, dall'ipotalamo, dall'amigdala. Dal talamo partono informazioni per la corteccia cerebrale (che deciderà come gestirle) e verso l'amigdala che interverrà sulla base della sua memoria emotiva.

⁸⁹ La *neocorteccia* (o nuovo cervello) formatasi circa 4 milioni di anni è costituita da una quantità di neuroni estremamente più ricca di quella degli altri mammiferi. La peculiarità dei neuroni di quest'area è quella di essere

di ragionare, di calcolare, di disegnare, di creare, di cercare la propria strada; è quindi alla base del progresso dell'umanità. Se il sistema limbico privilegia il gruppo, la neocorteccia privilegia l'individuo ed il suo sviluppo multi-dimensionale. E' la neocorteccia che valutando se il pericolo è reale riesce a trasmettere agli altri due cervelli la fondatezza o meno dell'allarme, liberandosi dall'emozione qualora si tratti di un falso pericolo oppure decidendo la strategia di intervento qualora il pericolo sia fondato. Finché la corteccia non prende il controllo il campanello d'allarme rimane inserito. Un'esplosione emozionale (ad es. un attacco di riso o di collera) è come un "sequestro neurale", in cui il sistema limbico impone a tutto il cervello il suo "impellente ordine del giorno", senza dare alla corteccia cerebrale il tempo di valutarne il pro e il contro.

Non dobbiamo però cadere nell'inganno di un giudizio di valore sui tre cervelli; ognuno svolge le sue funzioni ed è soltanto attraverso una comunicazione armoniosa tra i tre che l'uomo può godere e accettare allo stesso tempo la sua animalità e la sua umanità. Secondo Damasio, Il punto - sotto l'aspetto neurofisiologico - non sta in una gerarchia fra il *cervello rettile, mammifero* e la *neocorteccia*, "*questo modo di vedere non coglie l'assetto neurale sotteso dal processo di decisione razionale*" e l'indissolubile integrazione, per mezzo di circuiti neurali e biochimici, tra mente, corpo e cervello (dall'uno all'altro e viceversa).

capaci di mettersi in relazione gli uni con gli altri formando circuiti diversi che consentono molteplici funzioni del pensiero: analizzare, riflettere, dedurre, ipotizzare, calcolare, proiettarsi nel futuro.

In dettaglio ...

Negli esseri umani l'amigdala (che fa parte del cervello limbico) è un gruppo di strutture interconnesse, a forma di mandorla, che si trova sopra il tronco cerebrale, vicino alla parte inferiore del sistema limbico. Ippocampo e amigdala erano due strutture fondamentali del rinencefalo che poi ha dato origine alla neocorteccia: oggi l'amigdala è specializzata nelle questioni emozionali, se viene resecata il risultato è un'incapacità evidentissima nel valutare il significato emozionale degli eventi, rendendo "affettivamente ciechi".

Al centro dell'intelligenza emotiva sta dunque l'interazione tra l'amigdala, una sorta di "sentinella psicologica" guidata da interrogativi primitivi (è qualcosa che odio? che temo? che mi ferisce? ecc.) e la neocorteccia. In caso di risposta affermativa essa è in grado di far scattare una sorta di "grilletto neurale" che invia messaggi di crisi a tutte le parti del cervello. In sostanza l'amigdala può produrre una risposta autonoma mentre la corteccia sta elaborando una più sofisticata forma di reazione.

Altre ricerche sono giunte a dimostrare che nei primi millisecondi di percezione di un oggetto non solo comprendiamo in modo inconscio quale sia l'oggetto stesso, ma decidiamo anche se ci piace o meno. L'inconscio cognitivo presenta poi alla nostra consapevolezza non soltanto l'identità di ciò che vediamo ma anche un vero e proprio giudizio su di esso. Le nostre emozioni dunque hanno una mente che si occupa di loro e che può avere opinioni del tutto indipendenti da quelle della mente razionale. Queste opinioni inconse sono memorie emozionali archiviate nell'amigdala.

Le ricerche sembrano indicare nell'ippocampo la struttura che consente il ricordo particolareggiato del contesto, vitale per il significato emozionale (per esempio il diverso significato della

visione di un orso allo zoo o nel cortile di casa): l'ippocampo ricorda i fatti nudi e crudi e l'amigdala ne trattiene il significato emozionale che s'innescerà ogni volta che ci troveremo in circostanze simili. Per meglio comprendere: è l'ippocampo che in un volto ti farà riconoscere quello di nostra cugina, ma è l'amigdala che permetterà di valutare "che c'è proprio antipatica". In sostanza il cervello possiede due tipi di memoria: la prima per i fatti ordinari, l'altra per quelli che hanno una valenza emozionale. Il meccanismo del ricordo innescato dall'amigdala è però un meccanismo primitivo, poco elaborato: ciò favorisce la predisposizione ad errori di valutazione quando tra un elemento archiviato e quello presente c'è una chiave simile ma non uguale. In questo caso il grilletto scatta prima di aver avuto definitive conferme e le reazioni scattano così come sono state apprese in quella situazione simile ma non uguale. Queste confusioni emozionali che possono determinarsi sono basate sul sentimento prima che sul pensiero (emozioni precognitive): l'amigdala in sostanza può reagire con la collera o con la paura prima ancora che la corteccia cerebrale abbia potuto fornire una valutazione dell'evento⁹⁰. Ciò significa che l'amigdala svolge un ruolo fondamentale nei circuiti che attivano le emozioni, mentre gran parte della regolazione è affidata alla corteccia prefrontale.

I neuroscienziati ci possono aiutare a capire in che modo un'emozione come la paura o la rabbia attraversa il nostro cervello, ma quando ci chiediamo se la stessa emozione è positiva o negativa la domanda riguarda in misura più pertinente la filosofia. Lo stesso accade nel caso in cui decidiamo di utilizzare l'affermazione "Ci sono molte bellissime opere esposte a quella mostra", al posto di "Ci sono

⁹⁰ Bartolozzi E., "Come funziona il cervello", in www.geocities.com/infopsiche/intelligenza_emotiva.html, 2005

molte opere esposte a quella mostra”. La prima implica un giudizio specifico. Vogliamo così introdurre un punto importante nell’osservazione del mondo emotivo che richiede indissolubilmente la sospensione di giudizio su di esso, considerando che non esistono emozioni o sentimenti buoni o cattivi, e che questi semplicemente esistono. La ripercussione di questi sulle nostre azioni ha invece una valenza diversa, ma la consapevolezza emotiva ci aiuta ad incanalare in modo positivo - per noi e per gli altri - i nostri moti interiori. Con riferimento a questo verranno utilizzati i termini “emozione negativa” o “emozione distruttiva” privi di connotazioni valutative.

2.2 Le emozioni di base

Consci delle diverse posizioni degli studiosi e della parzialità della trattazione, abbiamo qui preso in considerazione quelle emozioni che rispetto ai processi neurofisiologici vengono considerate emozioni di base, dalle quali sono generati degli interi gruppi. Lo studio delle emozioni ha affascinato e impegnato molti ricercatori ma ha anche prodotto divisioni, all’interno della comunità scientifica, tra chi ha ritenuto e ritiene possibile l’individuazione di “*emozioni di base*” e chi no.

L’argomento a favore dell’esistenza di un sistema di emozioni fondamentali si trova nel lavoro di Ekman e colleghi. Essi analizzarono le interpretazioni che diverse popolazioni conferivano a fotografie di volti rappresentanti differenti emozioni. Vennero riscontrate associazioni sistematiche tra espressioni facciali e corrispondenti emozioni. Le sei emozioni primarie individuate furono: gioia, sorpresa, paura, tristezza, rabbia e disgusto.

mediaemozione

Alcuni teorici hanno invece proposto una categorizzazione delle emozioni in otto famiglie emozionali:

- Rabbia - furia, sdegno, risentimento, ira, esasperazione, indignazione, irritazione, acrimonia, animosità, fastidio, irritabilità, ostilità e, forse al grado estremo, odio e violenza patologici.
- Tristezza - pena, dolore, mancanza d'allegria, cupezza, malinconia, autocommiserazione, solitudine, abbattimento, disperazione e, in casi patologici, grave depressione.
- Paura - ansia, timore, nervosismo, preoccupazione, apprensione, cautela, esitazione, tensione, spavento, terrore; come stato psico-patologico, fobia e panico.
- Gioia - felicità, godimento, sollievo, contentezza, beatitudine, diletto, divertimento, fierezza, piacere sensuale, esaltazione, estasi, gratificazione, soddisfazione, euforia, capriccio e, al limite estremo, entusiasmo maniacale.
- Amore - accettazione, benevolenza, fiducia, gentilezza, affinità, devozione, adorazione, infatuazione, agape.
- Sorpresa - shock, stupore, meraviglia, trasecolamento.
- Disgusto - disprezzo, sdegno, aborrimiento, avversione, ripugnanza, schifo.

- Vergogna - senso di colpa, imbarazzo, rammarico, rimorso, umiliazione, rimpianto, mortificazione, contrizione.⁹¹

Daniel Goleman evidenzia però come l'elenco di cui sopra non esaurisca l'intera gamma emozionale e non dia risposte, in termini di categorizzazione, ad emozioni quali: gelosia, speranza, perdono...

Il dibattito continua, noi però consapevoli di non essere esaustivi, vorremmo fermarci alle quattro espressioni facciali, per quattro delle sei emozioni (paura, rabbia, tristezza e gioia), riconosciute anche da popoli analfabeti presumibilmente non influenzati dalla televisione...

2.2.1 La paura

Si ha paura di mille cose, dei dolori, dei giudizi, del proprio cuore, del risveglio, della solitudine, del freddo, della pazzia, della morte... specie di questa, della morte. Ma tutto ciò è maschera e travestimento.

In realtà c'è una cosa sola della quale si ha paura: del lasciarsi cadere, del passo incerto, del breve passo sopra tutte le assicurazioni esistenti. E chi una volta sola si è donato, chi una volta sola si è affidato alla sorte, questi è libero. Egli non obbedisce più alla legge terrena, è caduto nella spazio universale e partecipa alla ridda delle stelle.

(H. Hesse)

⁹¹ Goleman D., "Intelligenza emotiva", Rizzoli, Milano 1995

Con questo termine s'identificano stati di diversa intensità emotiva che vanno da una polarità fisiologica come il timore, l'apprensione, la preoccupazione, l'inquietudine o l'esitazione sino ad una polarità patologica come l'ansia, il terrore, la fobia o il panico.

*è il prodotto del dolore. La sensazione di dolore più comune, sperimentata fin dai primi giorni di vita, è il dolore intestinale, che precede e accompagna lo svuotamento dell'alvo. La perdita delle feci e la sensazione di vulnerabilità che tale condizione determina innescano il processo di formazione della paura*⁹²

Il termine paura è quindi utilizzato per esprimere sia un'emozione attuale sia un'emozione prevista nel futuro, oppure una condizione pervasiva ed imprevista, o un semplice stato di preoccupazione e di incertezza. L'esperienza soggettiva, il vissuto fenomenico della paura è rappresentato da un senso di forte spiacevolezza e da un intenso desiderio di evitamento nei confronti di un oggetto o situazione giudicata pericolosa. Altre costanti dell'esperienza della paura sono la tensione che può arrivare sino all'immobilità (l'essere paralizzati dalla paura) e la selettività dell'attenzione ad una ristretta porzione dell'esperienza. Questa focalizzazione della coscienza non riguarda solo il campo percettivo esterno ma anche quello interiore dei pensieri che risultano statici, quasi perseveranti. La tonalità affettiva predominante nell'insieme risulta negativa, pervasa dall'insicurezza e dal desiderio di fuga.

⁹² Masini V., "Dalle emozioni ai sentimenti", ed. Prevenire è Possibile, Terni, 2001

Da dove nasce la paura?

Dai risultati di molte ricerche empiriche si giunge alla conclusione che, potenzialmente, qualsiasi oggetto, persona o evento può essere vissuto come pericoloso e quindi indurre un'emozione di paura. La variabilità è assoluta, addirittura la minaccia può generarsi dall'assenza di un evento atteso e può variare da momento a momento anche per lo stesso individuo. Essenzialmente la paura può essere di natura innata oppure appresa. I fattori fondamentali risultano comunque essere la percezione e la valutazione dello stimolo come pericoloso o meno.

Come manifesta il corpo la paura?

La "faccia della paura" si manifesta in un modo molto caratteristico: occhi sbarrati, bocca semi aperta, sopracciglia avvicinate, fronte aggrottata. Questo stato di tensione dei muscoli del viso rappresenta l'espressione della paura, ben riconoscibile nelle diverse culture già in età precoce. Le alterazioni psicofisiologiche sembrano differenziarsi fra quelle che si associano a stati di paura intensi, come il panico e la fobia, e quelle invece concomitanti alla preoccupazione e all'ansia. Precisamente, uno stato di paura acuta ed improvvisa caratteristica del panico e della fobia, si accompagna ad un'attivazione del sistema nervoso autonomo parasimpatico, si ha quindi un abbassamento della pressione del sangue e della temperatura corporea, diminuzione del battito cardiaco e della tensione muscolare, abbondante sudorazione e dilatazione della pupilla. Il risultato di tale attivazione è una sorta di paralisi, ossia l'incapacità di reagire in modo attivo con la fuga o l'attacco. La funzione di questa staticità indotta dallo stimolo fobico sembra quella di difendere l'individuo dai

comportamenti aggressivi d'attacco scatenati dalla fuga e dal movimento. Paradossalmente, in casi estremi, tale reazione parasimpatica può condurre alla morte per collasso cardiocircolatorio. Stati di paura meno intensi invece attivano il sistema nervoso simpatico, per cui “i peli si rizzano”, ai muscoli affluisce maggior sangue e la tensione muscolare ed il battito cardiaco aumentano; il corpo è così pronto all'azione finalizzata all'attacco oppure alla fuga.

Quali sono le funzioni della paura?

Sicuramente, la paura ha una funzione positiva, così come il dolore fisico, di segnalare uno stato d'emergenza ed allarme, preparando la mente ed il corpo alla reazione che si manifesta come comportamento d'attacco o di fuga. Inoltre - in tutte le specie studiate - l'espressione della paura svolge la funzione di avvertire gli altri membri del gruppo circa la presenza di un pericolo e quindi di richiedere un aiuto e soccorso. Dal punto di vista biologico - evoluzionista, sia il vissuto soggettivo, attraverso i processi di memoria e d'apprendimento, sia le manifestazioni comportamentali - indifferentemente fuga, paralisi o attacco - che le modificazioni psicofisiologiche (attivazione para-simpatica o attivazione simpatica) tendono verso la conservazione e la sopravvivenza dell'individuo e della specie. Ovviamente, se la paura è estremizzata e resa eccessivamente intensa, diventando quindi ansia, fobia o panico, perde la funzione fondamentale e si converte in sintomo psicopatologico.

Le nostre paure profonde sono legate alla nostra stessa sopravvivenza, come guadagnare abbastanza soldi ed esser in grado di mantenerci. Temiamo di essere inadeguati su vari piani; tremiamo all'idea di non essere amati, di non essere

desiderati o addirittura e di essere respinti. Abbiamo paura di confrontarci con qualcuno, abbiamo paura di non sapere chi siamo. Abbiamo paura di non essere in grado di esprimere noi stessi, di essere insignificanti. Ad un livello più profondo, c'è la paura del vuoto e della morte che possiamo riscontrare come matrice ancestrale di tutte le nostre paure. Le nostre paure e quelle del nostro bambino interiore non sono però le stesse. Le prime riguardano prevalentemente lo sparire, lo scomparire; le seconde, invece coinvolgono le attività della nostra vita, il nostro esporci e partecipare ad essa.

Le Quattro Grandi Paure del Bambino interiore Ferito sono:

1. la paura delle pressioni e delle aspettative
3. la paura del rifiuto e dell'abbandono
4. la paura di non avere spazio e di essere ignorati
5. la paura di esser abusati o violati [...] ⁹³

Come descritto nel capitolo precedente la paura è quel movimento emotivo generato dalla percezione di un pericolo. Memorie di dolore connesse a questo pericolo possono essere antecedenti a tale stato emotivo e quindi favorirne la riproposizione. In realtà tale emozione viene generata come allerta, un'opportunità di valutazione di fronte alla percezione del pericolo al fine di valutare il comportamento più appropriato - fuga, attacco, inibizione dell'azione - in relazione a quanto sta avvenendo.

Qualora essa si espliciti nella sua dimensione positiva, tale emozione si trasforma in cura, controllo, responsabilità coerenza, equilibrio, saggezza ecc. Se invece rimane all'interno del vissuto e non viene agita diventa inquietudine, ansia,

⁹³ Krishnananda, "A tu per tu con la paura", ed Urra, Milano 1996

insicurezza, timore, tensione, stress, apprensione, tormento, mania, ossessione ecc. Nel secondo caso si crea un circolo vizioso di chiusura in sé per controllare la fonte di pericolo e la percezione di tutte le alterazioni che si rifanno a schemi fissi e ripetitivi, quasi ritualizzati. Lo stato di vigilanza cui si è portati richiede un elevato grado di concentrazione e può condurre a crisi della capacità di controllo che richiedono sforzi ulteriori per fronteggiare dubbio e indecisione. Tale stato logora portando all'ansia continua che diventa il tratto negativo della percezione di sé da parte del soggetto. Della stessa famiglia ma diversa quella paura che conduce alla timidezza (tipica della vergogna) poiché di fronte all'avvertito pericolo porta a predisporre verso un processo di valutazione per approntare le opportune difese attivando i meccanismi di difesa o dissimulazione che preparano alla fuga o all'attacco. Nel caso in cui né l'uno né l'altro siano possibili tale dimensione emozionale si trasforma frequentemente e gradualmente in rabbia.

Il primo grande passo suggeritoci è quindi il riconoscere le nostre paure, accettarle e dar loro spazio. Normalmente tentiamo invece di evitarle facendo finta che non ci siano; bloccandole con "compensazioni"; "facendo la vittima", dimostrando rabbia e impazienza verso chi ci sta vicino per non sentirle; astraendoci, chiudendoci in noi stessi; giudicandole e altro ancora. C'è sempre il timore che entrando nelle nostre paure esse ci sopraffacciano, per questo le sfuggiamo, ma provando ad attraversarle accresciamo il nostro potere e aggiungiamo un nuovo tassello alla stima di noi stessi.

2.2.2 La rabbia

L'ebbrezza della rabbia, come quella del vino, ci mostra agli altri, ma ci nasconde a noi stessi. Noi danneggiamo la nostra stessa causa nell'opinione del mondo quando la difendiamo troppo appassionatamente.

(Charles Caleb Colton)

La rabbia è un'emozione tipica, considerata fondamentale da tutte le teorie psicologiche poiché è possibile identificarne una specifica origine funzionale, degli antecedenti caratteristici, delle manifestazioni espressive e delle modificazioni fisiologiche costanti, delle prevedibili tendenze all'azione. Essendo un'emozione primitiva, essa può essere osservata sia in bambini molto piccoli sia in specie animali diverse dell'uomo.

è il processo di caricamento di energie interne per esprimere il risentimento o la stizza di non aver esaudito un bisogno: il bisogno di attenzione affettiva o di nutrimento prima di tutto⁹⁴

Insieme alla gioia e al dolore, la rabbia è una tra le emozioni più precoci.

Una grande forza, un'energia vitale prorompente che spesso siamo abituati a giudicare in modo negativo. Il suo processo di attivazione è una tendenza attiva, ovvero prepara e sostiene

⁹⁴ Masini, op. cit

un'azione e prepara all'azione. E' impossibile far crescere una motivazione a "non agire", a "non fare" qualcosa; in tal caso possiamo parlare di demotivazione accompagnata da una motivazione a fare altro ("voglio smettere di fumare perché voglio iniziare a praticare sport"). La motivazione è un "accendersi", mentre la demotivazione è uno "spegnersi", in questo caso ad abbandonare un'abitudine per prepararsi ad una nuova azione. Tale carica si esprime in modo evidente nella rabbia e nelle condotte aggressive. Il comportamento aggressivo è un'azione interiore che scaturisce per esempio dal risentimento che porta poi all'azione. Nascono così una serie di emozioni e sentimenti correlati alla tendenza all'azione quali l'impegno, la passione, l'esaltazione, l'audacia, la resistenza, l'impazienza, l'esaltazione ecc. Nel caso in cui tale carica non trovi un'applicazione costruttiva essa si trasforma in indignazione, suscettibilità, irritabilità, fastidio, collera, furia ecc. La percezione del sé attraverso l'emozione della rabbia si consolida nell'autopercezione di grande potenza. La cristallizzazione di questo tipo di esperienza crea un processo frequente di aggressività, soprattutto se innescato da forti frustrazioni, per il bisogno di sentirsi sempre carichi di tensione da rivolgere contro qualcuno o qualcosa, fino ad inventare nemici anche quando non presenti (paranoia). Si può invece ritorcere l'aggressività verso se stessi, colpevolizzandosi per le azioni compiute (atteggiamento tipico della depressione)⁹⁵. Il processo di depressione, anch'esso di tipo motivazionale si configura come abbattimento, afflizione, desolazione, sconforto; dimensioni emozionali che implicano un'azione continuativa della sofferenza che il soggetto rivolge verso di sé.

Essendo la rabbia l'emozione la cui manifestazione viene maggiormente inibita dalla cultura e dalle società attuali,

⁹⁵ Masini, op. cit, pg 50-51

risultano molto interessanti gli studi evolutivi, in grado di analizzare le pure espressioni della rabbia, prima cioè che siano apprese quelle regole che ne controllano l'esibizione. La rabbia fa parte della triade dell'ostilità insieme al disgusto e al disprezzo, e ne rappresenta il fulcro e l'emozione di base. Tali sentimenti si presentano spesso in combinazione e pur avendo origini, vissuti e conseguenze diverse risulta difficile identificare l'emozione che predomina sulle altre. Moltissimi sono i termini linguistici che si riferiscono a questa reazione emotiva: collera, esasperazione, furore ed ira rappresentano lo stato emotivo intenso della rabbia. Altri invece esprimono lo stesso sentimento ma di intensità minore, come: irritazione, fastidio, impazienza.

Da dove nasce la rabbia?

Per la maggior parte delle teorie la rabbia rappresenta la tipica reazione alla frustrazione e alla costrizione, sia fisica sia psicologica.

Pur rappresentandone i denominatori comuni, la costrizione e la frustrazione non costituiscono in sé le condizioni sufficienti e neppure necessarie perché si origini il sentimento della rabbia. La relazione causale che lega la frustrazione alla rabbia non è affatto semplice. Altri fattori sembrano infatti implicati affinché origini l'emozione della rabbia. La responsabilità e la consapevolezza che si attribuisce alla persona che induce frustrazione o costrizione sembrano essere altri importanti fattori.

Ancor più delle circostanze concrete del danno, quello che più pesa nell'attivare un'emozione di rabbia sembra essere *la volontà che si attribuisce all'altro di ferire* e l'eventuale

possibilità di evitare l'evento o situazione frustrante. Insomma ci si arrabbia quando qualcosa o qualcuno si oppone alla realizzazione di un nostro bisogno, soprattutto quando viene percepita l'intenzionalità di ostacolare l'appagamento.

Contro chi ci si arrabbia?

L'emozione della rabbia può essere quindi definita come la reazione che consegue ad una precisa sequenza di eventi

- 1) stato di bisogno
- 2) oggetto (vivente o non vivente) che si oppone alla realizzazione di tale bisogno
- 3) attribuzione a tale oggetto dell'intenzionalità di opporsi
- 4) assenza di paura verso l'oggetto frustrante
- 5) forte intenzione di attaccare, aggredire l'oggetto frustrante
- 6) azione di aggressione che si realizza mediante l'attacco

Questo è quello che avviene in natura, anche se l'evoluzione sembra aver plasmato forti segnali che inducono la paura e di conseguenza la fuga, impedendo così l'aggressione dell'avversario. Nella specie umana, di solito, si assiste non solo ad un'inibizione della tendenza all'azione di aggressione e attacco ma addirittura al mascheramento dei segnali della rabbia verso l'oggetto frustrante.

Tre possono quindi essere i fondamentali destinatari finali della nostra rabbia:

- oggetto che provoca la frustrazione
- un oggetto diverso rispetto a quello che provoca la frustrazione (spostamento dall'obiettivo originale)
- la rabbia può infine essere diretta verso se stessi, trasformandosi in autolesionismo ed auto aggressione.

Come manifesta il corpo la rabbia?

Per quanto siano estremamente forti le pressioni contro la manifestazione della rabbia, essa possiede una tipica espressione facciale, ben riconoscibile in tutte le culture studiate. L'aggrattare violento della fronte e delle sopracciglia e lo scoprire e digrignare i denti, rappresentano le modificazioni sintomatiche del viso che meglio esprimono l'emozione della rabbia. Tutta la muscolatura del corpo può estendersi fino all'immobilità. Le sensazioni soggettive più frequenti possono essere: la paura di perdere il controllo, l'irrigidimento della muscolatura, l'irrequietezza ed il calore. La voce si fa più intensa, il tono sibilante, stridulo e minaccioso. L'organismo si prepara all'azione, all'attacco e all'aggressione. Le variazioni psico-fisiologiche sono quelle tipiche di una forte attivazione del sistema nervoso autonomo simpatico, ossia: accelerazione del battito cardiaco, aumento della pressione arteriosa e dell'irrorazione dei vasi sanguigni periferici, aumento della tensione muscolare e della sudorazione. Gli studi sugli effetti dell'inibizione delle manifestazioni aggressive sembrano indicare che chi non esprime in alcun modo i propri sentimenti di rabbia tende a viverli per un tempo più lungo.

Quali sono le funzioni della rabbia?

Le modificazioni psicofisiologiche che si manifestano attraverso la potente impulsività e la forte propensione all'agire con modalità aggressive sono funzionali alla rimozione dell'oggetto frustrante. La rabbia è sicuramente uno stato emotivo che aumenta nell'organismo il propellente energetico utilizzabile per passare alle vie di fatto, siano queste azioni oppure solo espressioni verbali. La rimozione dell'ostacolo che si oppone alla realizzazione del bisogno può avvenire sia attraverso l'induzione della paura e la conseguente fuga sia mediante un violento attacco.

La rabbia può essere un grande alleato se siamo in grado di gestirne la direzione e l'intensità. In tibetano ci sono due termini legati a tale emozione, *khongdro* e *shedang*. *Shedang* viene normalmente tradotto con "odio", *khongdro* con "rabbia". Secondo tale cultura esistono tipi di rabbia suscitati dalla compassione, nel qual caso la rabbia è uno stato mentale duro, senza per questo arrivare allo *shedang*; il fattore scatenante è la compassione anche se espresso con un'emozione di rabbia. Una compassione che scaturisce da una comprensione corretta della realtà⁹⁶. Tutto dipende dalle motivazioni. Vedendo qualcuno che sta per cadere per l'ennesima volta in un burrone potremmo arrabbiarci e dirgli: "Stupido, fermati!". Ci arrabbiamo perché altri modi per fermarlo non sono serviti a quella persona che ancora una volta sta facendo del male a se stessa. Allo stesso modo esiste un concetto di indignazione morale di fronte alle ingiustizie, che ci fa notare come tutto dipenda in effetti dalle motivazioni dell'attivazione.

⁹⁶ Goleman-Dalai Lama, op. cit pg 135

Il primo passo che ci viene suggerito per gestire l'emozione della rabbia è pertanto, oltre il riconoscerla, agirla ma non nei confronti di un altro. Trovare il modo per scaricarla fisicamente, nell'arte, nell'auto-osservazione, nel creare un "vuoto" interiore, e trasformala in una grande potenzialità creativa.

2.2.3 La tristezza


*Fate attenzione alla tristezza è
un vizio.*
(Gustav Flaubert)

La tristezza è un'emozione intensa nella vita di ogni uomo. Essa può nascere da un evento, dall'ascolto di una musica, da un'immagine, da ricordi, oppure dal non riuscire a realizzare i nostri obiettivi, soprattutto se abbiamo fatto sforzi notevoli per raggiungerli. In quest'ultimo caso l'emozione emergente inizialmente è spesso la rabbia, lasciando il posto alla tristezza. Se questi stati di tristezza si prolungano per settimane o addirittura mesi, allora c'è qualcosa che non va; in questi casi si può addirittura arrivare a parlare di depressione. Essere depressi non sempre viene considerato nella giusta misura; la maggior parte delle persone, infatti, ritiene che chi è depresso è "semplicemente" un po' triste e si rifiuta di credere ad una condizione patologica, figurarsi a parlare di un supporto esterno. Questo anche perché negli ultimi tempi della parola "depressione" si è abusato molto per designare soltanto un leggero malessere psicologico. Crediamo in ogni caso che un'importante fattore nel passaggio dalla tristezza (emozione lecita e importante nella vita di ogni uomo e donna) alla depressione (patologia) sia proprio il fattore durata. Possiamo

mediaemozione

infatti individuare una “escalation” - che porta concretamente dall’emozione all’umore, fino al tratto e poi al disordine emotivo - attraverso la quale la tristezza diventa melanconia e poi si trasforma in patologia.

Emozione	“Tristezza”	
Umore	“Melanconico”	DURATA
Tratto emotivo	“Depressione”	
Disordine emotivo		



I primi sintomi cui fare attenzione sono una perdita di interesse nelle attività quotidiane, soprattutto in quelle che il soggetto effettuava con particolare piacere, ed un umore infelice che si protraggono nel tempo. A questi due sintomi principali, vanno aggiunti anche una difficoltà nella concentrazione, alterazione del sonno, apatia, pensieri ricorrenti di inutilità e - nei casi più gravi - anche propensione al suicidio.

Non c'è una sola causa che scateni la depressione, ma pare accertato che una certa familiarità esista; in pratica, se in famiglia si ha un congiunto con la depressione, gli altri componenti sono più a rischio di soffrire anche loro della stessa malattia. Sotto la lente anche lo stress quotidiano, gli squilibri tra fattori biochimici a livello cerebrale, ma anche più semplicemente le piccole e grandi delusioni della vita: un matrimonio fallito, un licenziamento, la morte di un parente stretto o di una persona importante.

La depressione, forma di tristezza?

La depressione si manifesta attraverso uno stato di tristezza, che può arrivare sino all'umore tormentato e crucciato della depressione melanconica. È una tristezza di cui la persona sa indicare l'inizio, ma non la causa. Una persona lamenta una tristezza profonda, che si propaga su tutte le cose e su tutte le attività del suo Io. Ricorda perfettamente l'episodio da cui è nato tale sentimento; ha perfettamente chiaro che, ad un certo punto, si è aperta una parentesi nella sua vita. Il quando è perfettamente chiaro, tuttavia non sa indicare il perché. Ma non ogni tristezza è depressione, sebbene nella depressione vi sia sempre tristezza. La perdita di una persona cara, del lavoro o un evento che induce un senso di fallimento possono produrre uno stato di tristezza prolungata. Questa condizione non è tuttavia patologica, perché agli occhi della persona la tristezza ha una ragione che è senza dubbio completa. In questi casi, c'è tristezza ma propriamente parlando non c'è depressione.

Come manifesta il corpo la tristezza?

Nella tristezza vi è una caduta di energia e si ha un rallentamento del metabolismo. Essa si manifesta spesso in posture che evidenziano chiusura, rassegnazione, apatia (spalle chiuse, sguardo assente o pensieroso...) atteggiamenti tipici dell'inibizione dell'azione (il nascondersi per difendersi da un pericolo). I segnali posturali che porta sono esattamente opposti a quelli descritti per l'emozione *rabbia*. Per questo motivo un suggerimento che spesso viene dato a chi sperimenta "troppo spesso" questo tipo di emozione è di "riattivare il corpo" con passeggiate, ballo, sport creando una nuova "energia vitale" disponibile per la vita quotidiana.

2.2.4 La felicità ed il piacere

*La felicità – disse il
bell’uccello e rise con il suo
becco dorato, – la felicità
amico è ovunque, sui monti e
nelle valli, nei fiori e nei
cristalli.*

(H. Hesse)

Quanto enunciato sopra ci porta inevitabilmente a toccare una tematica scottante per tutti noi, la *chimera della felicità*. Seguendo la linea interpretativa di Boiron troviamo una differenziazione profonda tra il piacere (rettiliano o limbico) e la felicità. Possiamo infatti definire il primo come la sensazione che permane durante tutto il processo di soddisfacimento di un bisogno fisiologico, oppure dalla risoluzione di uno stato di emergenza (ad esempio il rilassamento dopo uno spavento, dopo una forte ansia). Il piacere limbico deriva dallo svolgimento di programmi automatici o da condizionamenti acquisiti (bisogno di vincere, di ordine, di gerarchia, di considerazione, di integrazione nel gruppo...) oppure dalla ricerca della massima quantità di piacere rettiliano attraverso una selezione rapidissima delle informazioni immagazzinate grazie all’esperienza di vita. Siamo spesso confusi e ricerchiamo un prolungamento artificiale di tale sensazione di soddisfacimento che ci spinge a coltivare stati di emergenza per poterli soddisfare al meglio (ricerca del brivido, amore idealizzato, competizione continua...). Una cosa piacevole in un determinato momento potrebbe ben presto suscitare l’indifferenza, poi la sgradevolezza e la sofferenza. Il piacere si esaurisce nel momento in cui è goduto, come una candela che

bruciando si consuma. Una profonda sensazione di realizzazione non dipende invece dal tempo, dal luogo o dagli oggetti. E' uno stato mentale che cresce parallelamente all'esperienza che se ne fa. E' diverso da qualsiasi altra forma di piacere. Quello che cerchiamo nel liberarci dall'influenza delle emozioni "negative" è quella forma di stabilità, chiarezza e realizzazione interiore che qui definiremo felicità.

La felicità è inaccessibile in uno stato di allarme cronico che spinge alla ricerca del piacere per farci illudere che tutto va bene; "la compensazione di piacere" richiesta dallo stato cronicizzato non può essere in quantità superiore ai bisogni fisiologici da soddisfare. Ci creiamo così bisogni artificiali eccitandoci con lo zucchero, con il gioco, con il caffè, con l'amato cioccolato, con lo sport eccessivo, con il superlavoro e con altro ancora.

La felicità è frutto della neocorteccia che sviluppa in noi l'amore per l'arte, per la creatività, per le ipotesi, per l'analisi e al tempo stesso per gli approcci globali, la capacità di ragionamento svincolata dai luoghi comuni e quella di proiettarci nel futuro con un pizzico di sana e ottimistica incoscienza. L'attivazione della neocorteccia – prero-gativa indiscutibile di ogni essere umano - è la chiave per incamminarci verso l'accettazione della diversità, del dubbio, dei non dati di fatto, di una precarietà fiduciosa, che ci permette di uscire dagli schemi codificati. L'infelicità, al contrario, fa consumare tutta l'energia in un arrovellamento interiore, in un conflitto perpetuo che rafforza inevitabilmente i condizionamenti propri e altrui, in quanto unica ancora di certezza per la propria fantomatica "salvezza".

La felicità però non si costruisce possiamo soltanto eliminare ciò che la ostacola riportandoci al buon funzionamento fisiologico: cominciando a sbucciare la *nostra cipolla* e incamminandoci verso l'essenza, il nostro vero *essere*. Questo

processo richiede di entrare, riconoscere i nostri condizionamenti e iniziare a prenderne le distanze ognuno con i propri strumenti, da soli o con il supporto di un professionista. In ogni caso il processo sarà la cosa importante. Nel cammino verso la meta iniziamo ad accettarci e di riflesso ad accettare l'altro. Si cerca così di individuare i propri condizionamenti originati dall'istinto gregario, dalla nostra esperienza infantile, dalle esperienze di vita - fonti preziose per la nostra evoluzione personale se riusciamo a prenderci il tempo per rielaborarle ed integrarle. Un lavoro a volte doloroso, lungo, che necessita di pazienza e di amore verso se stessi. Si lavora per ripristinare la propria fiducia, accettando i propri limiti e le debolezze, sviluppando un'elasticità ed un'apertura verso se stessi e verso gli altri che permette di entrare nella logica di un *gioco a somma positiva* dove sia l'individuo sia il gruppo agiscono per la crescita e la realizzazione individuale e sociale.

Cosa succede quando siamo felici?

Tutti noi, in misura più o meno accentuata, proviamo emozioni, in un certo senso le agiamo a livello di comportamenti più o meno visibili e consapevoli, le condividiamo con gli altri parlando o scrivendo; alcuni riescono perfino ad immortalarle nelle opere d'arte. Ma cosa succede dentro e fuori di noi quando siamo felici?

Alcuni autori⁹⁷ riportano che le sensazioni esperite con più frequenza dalle persone che si trovano in una condizione di felicità o di gioia sono di sentire con maggiore intensità le

⁹⁷Maslow A. (1968), *Verso una psicologia dell'essere*, Ubaldini, Roma 1971; Privette G., "Peak Experience, Peak Performance and Flow: A Comparative Analysis of Positive Human Experiences", in *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.45, 1983, pg1361-1368

sensazioni corporee positive e con minore intensità la fatica fisica, di sperimentare uno stato di attenzione focalizzata e concentrata, di sentirsi maggiormente consapevoli delle proprie capacità.

Spesso le persone felici si sentono più libere e spontanee, riferiscono una sensazione di benessere in relazione a se stesse e alle persone vicine e infine descrivono il mondo circostante in termini più significativi e colorati. Inoltre le persone che provano emozioni positive, quali ad esempio gioia e felicità, a livello fisiologico presentano un'attivazione generale dell'organismo che si manifesta con un'accelerazione della frequenza cardiaca, un aumento del tono muscolare e della conduttanza cutanea e infine una certa irregolarità della respirazione. In ultimo chi è felice sorride spesso. In effetti il sorriso, sovente accompagnato da uno sguardo luminoso e aperto, è la manifestazione comportamentale più rappresentativa, inconfondibile e universalmente riconosciuta della felicità e della gioia.

Chi sono le persone felici?

Probabilmente chiunque, passando in rassegna le persone che gli sono vicine, è in grado di identificare tra tutte un amico, un parente o un conoscente che è considerato da tutti la persona felice per antonomasia; la persona che non perde il buonumore anche quando deve affrontare delle situazioni difficili o fastidiose, quella che ha sempre la battuta pronta e che sembra serena in ogni circostanza.

Ma la felicità da cosa dipende? Esistono delle caratteristiche dell'individuo che lo rendono maggiormente permeabile a sentimenti di felicità e gioia piuttosto che a sentimenti

negativi? E' molto difficile, probabilmente impossibile, rispondere in modo sufficientemente accurato a tali quesiti. Tuttavia le ricerche sulla felicità mettono in luce come essere più o meno felici non dipende in modo diretto da variabili anagrafiche come l'età o il sesso, né in misura rilevante dalla bellezza, ricchezza, salute o cultura. Al contrario sembra che le caratteristiche maggiormente associate alla felicità siano quelle relative alla personalità e in particolare quelle relative all'estroversione, alla fiducia in se stessi, alla sensazione di controllo su se stessi e sul proprio futuro⁹⁸. Secondo Argyle e Lu⁹⁹ la persona estroversa è più felice perché ha più rapporti sociali, fa amicizie più facilmente, partecipa ad un maggior numero di attività pubbliche e collettive dove trova maggiori motivi di interesse e divertimento. Inoltre una persona felice è anche una persona che sta bene con se stessa e che ha fiducia nelle sue capacità e percepisce una fondamentale congruenza tra ciò che è e ciò che vorrebbe essere. In sostanza, più le persone riescono ad accettarsi per quello che sono, con tutti i loro pregi e i loro limiti, più sono felici. Analogamente, quanto più una persona ritiene di poter ragionevolmente controllare gli eventi che gli accadono nella sua vita affettiva, sociale, lavorativa, più è felice, e in particolar modo, è più felice di chi si considera in balia del caso o degli altri.

⁹⁸ D'Urso V., Trentin R., "Introduzione alla psicologia delle emozioni", Laterza, Milano 2002

⁹⁹ Argyle M., Lu L.J., "Happiness and Social Skills, in Personality and Individual Differences", 1990, Vol. 11, 1255 - 1261

Felicità e benessere

Gli stati d'animo positivi possono influire in modo considerevole sia sul comportamento sia sui processi di pensiero rendendoli maggiormente adeguati e funzionali alle situazioni di vita dell'individuo. E' poi ovvio che tutto questo si ripercuota positivamente sullo stare bene con se stessi e gli altri. In effetti quando le persone sono di buon umore pensano alle cose in modo molto diverso rispetto a quando sono di cattivo umore. Ad esempio, si è trovato che il buon umore porta a descrivere in modo positivo gli eventi sociali a percepirsi come socialmente competenti, a provare sicurezza in se stessi e autostima. Inoltre quando si è felici si tende a valutare più positivamente la propria persona: ci si sente pieni di energia, si considerano meno gravi i propri difetti e si pensa meno alle proprie difficoltà. In ultimo, si è visto che più si è felici più si curano e si allargano i propri interessi sociali e artistici, si pone maggiore attenzione alle questioni politiche generali, ci si sente più inclini ad accettare dei compiti nuovi e stimolanti, anche se difficili. Da questo punto di vista non c'è da stupirsi che uno stato emotivo positivo induca all'ottimismo: Mayer e Volanth¹⁰⁰, infatti, hanno trovato una correlazione diretta tra grado di buonumore e probabilità stimata di eventi positivi. Essere felici induce anche ad essere più audaci. A questo proposito, Isen e Patrick¹⁰¹ hanno messo in luce come la gioia tendenzialmente porti a sottovalutare la gravità dei rischi e quindi porti ad agire in modo meno prudente, riscontrando che questo accade solo se la decisione da prendere non comporta dei rischi seri. Alla presenza di uno stato d'animo

¹⁰⁰ Mayer J.D., Mamberg, M.H. & Volanth, A.J., "Cognitive domains of the mood system", in *Journal of Personality*, 1988, n. 56, 453-486

¹⁰¹ Isen A.M., & Patrick R., "The influence of positive feelings on risk taking: When the chips are down", in *Organizational Behavior and Human Performance*, 1983, n. 31, 194-202

positivo, non solo il mondo sembra più positivo e desiderabile e le azioni più facili, ma anche le persone che ci circondano sembrano migliori. E' forse per questo che molti esperimenti rilevano come le persone felici siano più disponibili, generose e altruiste e provochino negli altri una maggior simpatia. In ultimo, per quanto riguarda gli aspetti cognitivi, si è visto che il buon umore ha degli effetti positivi sulle capacità di apprendimento e di memoria e sulla creatività: in sostanza quando si è felici si apprende con più facilità, in misura maggiore e in modo più duraturo¹⁰² e si è maggiormente creativi nella soluzione dei problemi.

2.3 Emozioni, Sentimenti, Umori.

Per distinguere le emozioni da altri fenomeni si afferma come luogo comune che un'emozione può insorgere molto rapidamente; può iniziare in una frazione del secondo. Un secondo tratto distintivo è la valutazione immediata; sembra che la valutazione che attiva un'emozione sia così rapida sia non ci accorgiamo neppure di farla. Non siamo testimoni del processo valutativo che la genera; ne diventiamo consapevoli dopo che l'emozione è sorta. Il momento in cui prendiamo consapevolezza cade mezzo secondo o un quarto di secondo dopo l'inizio dell'emozione, mai prima. Ciò significa che possiamo essere in preda ad un'emozione prima di accorgerci che è iniziata. Essa concentra e orienta l'attenzione una volta

¹⁰² Ellis, H. C., Thomas, R. L. & Rodriguez, I. A., "Emotional mood states and memory: Elaborative encoding, semantic processing, and cognitive effort", in *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 1984, n. 10, 470-482; Ellis H. C., Thomas R. L., McFarland A. D., & Lane J. W., "Emotional mood states and retrieval in episodic memory", in *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, Cognition*, 1985, n. 11, 367-370.

che è iniziata, ma non durante il processo che la genera. Nel bene e nel male le nostre vite sarebbero estremamente diverse se valutassimo consapevolmente, diventando “responsabili” dell’inizio di ogni emozione. Invece ci sembra che l’emozione ci accada. Non scegliamo di avere un’emozione, di diventare spaventato o arrabbiato; all’improvviso lo siamo. Di solito siamo in grado di capire che cosa ha fatto qualcuno per generare in noi quell’emozione ma non siamo consapevoli del processo che valuta, ad esempio, l’azione che ci ha fatto arrabbiare. Questo è ancora un punto fondamentale per la comprensione delle emozioni: il momento iniziale, sul quale sono state fatte supposizioni poiché non lo conosciamo. Diventiamo consapevoli soltanto una volta che siamo dentro l’emozione. Secondo la psicologia buddista questa capacità di introspezione o monitoraggio dei propri stati mentali, deriva dall’intelligenza. Noi possiamo riscontrarvi, anche se in modo parziale, le teorie dell’intelligenza emotiva secondo cui l’autoconsapevolezza è una delle sue quattro capacità¹⁰³.

L’idea della relazione fra emozioni e ragione, suggerisce, ulteriormente, che un rafforzamento della razionalità chieda di accordare maggiore attenzione alla *vulnerabilità del mondo di dentro*. Dunque per Damasio, la separazione di ragione ed emozione, per quanto possa essere comoda è fuorviante:

I piani più bassi nell’edificio neurale della ragione sono gli stessi che regolano l’elaborazione delle emozioni e dei sentimenti...L’emozione, il sentimento e la regolazione biologica giocano un ruolo nella ragione umana. I livelli più umili del nostro organismo sono coinvolti nel circuito della ragione superiore

¹⁰³ Cfr Goleman D. 1995, op cit

Sul piano filosofico, si chiede alla razionalità di riconoscere l'importanza dell'affetto, delle emozioni, dei sentimenti, *“negozia con l'irrazionalismo, con l'oscuro, con l'irrazionalizzabile [...] si riconosce la vera razionalità dalla capacità di riconoscere le sue insufficienze”* (E.Morin).

Il *sentimento* è un insieme complesso di diverse esperienze emozionali orientato sotto un certo segno che le contraddistingue.

*Perché si formi un sentimento è indispensabile che un essere umano sia entrato armonicamente in contatto con tutte le sue dimensioni interiori ed abbia ancorato l'oggetto del suo sentimento a tutte le possibilità emozionali sperimentabili [...]*¹⁰⁴

Le emozioni di base descritte nei paragrafi precedenti servono a precisare la natura ed il significato dei vissuti emozionali che possono condurre a disagio o alla formazione dei sentimenti. I sentimenti per crescere hanno bisogno della guida dell'affettività per condurre le emozioni verso il loro risvolto positivo ed affinché non diventino copioni hanno bisogno dei valori trasmessi dalle culture, cosicché ciascuno possa avere gli elementi conoscitivi con cui orientarsi verso sentimenti per la collettività, la socialità.

Pur essendo collegati alle emozioni gli *umori* sono diversi. Possiamo affermare che la differenza più ovvia riguarda la durata. Le emozioni possono andare e venire nel giro di qualche minuto, ma un umore può durare l'intera giornata. Normalmente quando proviamo un'emozione, siamo in grado

¹⁰⁴ Masini V., “Dalle emozioni ai sentimenti”, Ed. Prevenire è Possibile, Terni 2001

di dire che cosa l'ha prodotta. Possiamo specificare quale evento l'ha scatenata, facendola affiorare. Ci svegliamo arrabbiati ("con la luna storta") oppure di ottimo umore; apprensivi o tristi, ma non sappiamo perché. Paul Ekman¹⁰⁵ ipotizza che in questi casi gli umori siano prodotti da cambiamenti interni che non hanno alcun rapporto con quanto ci sta accadendo all'esterno.

Un secondo modo in cui si manifesta un umore è il caso di un'esperienza molto intensa emotivamente. Se proviamo ripetutamente una sensazione di divertimento in un tempo relativamente breve, ne emergerà conseguentemente un umore euforico. Se siamo ripetutamente in collera, seguirà un periodo durante il quale saremo irascibili.

Quando siamo in preda ad un certo umore esso influenza il nostro modo di pensare; in sostanza siamo molto più vulnerabili di quanto non lo siamo normalmente. Gli umori negativi ci creano quindi un sacco di problemi poiché cambiano il nostro modo di pensare. Se mi sveglio in preda all'irritazione cercherò l'occasione per essere arrabbiato. Mi sento frustrato per cose che normalmente mi sono indifferenti. Il "pericolo" legato ad un umore non dipende soltanto dall'influsso che esercita sul pensiero ma anche dal fatto che amplifica le emozioni. Quando sono di umore irascibile la mia rabbia diventa più forte e più rapida, dura di più ed è più difficile del solito gestirla.

2.4 Sentirsi bene con se stessi

La vita ci chiede di accettare quello che c'è dentro di noi, soprattutto quello che non amiamo, senza pregiudizi, senza

¹⁰⁵ Ekman P., "Emotion in the Human Face", Cambridge Univ. Press, New York 1982

giustificazioni. Solo accogliendo “il brutto ed il bello” possiamo diventare realmente noi stessi; quando la guerra dell'accettazione interiore è terminata ci apriamo inevitabilmente al mondo. In questo processo di crescita, di autoconsapevolezza del nostro mondo interiore è indispensabile concedersi tempo e silenzio lontano dallo stress e dall'agitazione che favoriscono gli automatismi, ricordando che l'intelligenza non è sinonimo esclusivo di razionalità.

Qualcuno prediligerà la meditazione come ginnastica dei sensi *sento dunque sono*, attraverso la quale la respirazione e la postura favoriscono la distensione ed il contatto profondo. Qualcun altro cercherà il silenzio in contatto con la natura, attraverso un lavoro fisico, manuale oppure in forme di preghiera o di contemplazione. Le opportunità sono diverse ma mirate a favorire *la pienezza del vuoto* interiore, offrendo la possibilità al nostro cervello corticale di entrare nel pieno delle proprie potenzialità. Ognuno potrà sperimentare lo strumento più efficace per se stesso senza regole precostruite, senza schemi preconfezionati. L'obiettivo è comunque individuare le nostre reazioni inadeguate, i nostri modi di pensare disfunzionali, correggere e trasformare i pensieri “irrazionali”¹⁰⁶, mettere in pratica nuovi modi di pensare e di sentire per sperimentare nuove reazioni emotive e comportamentali che incrementino gli stati emotivi piacevoli, acquisendo abilità di autocontrollo, favorendo l'accettazione di sé e dell'altro.

Si crea gradualmente un atteggiamento di ascolto, di comprensione di se stessi, che inevitabilmente si ripercuote all'esterno in una condivisione di progetti, nel fare squadra in modo stabile. Partendo da noi riusciamo ad agire indirettamente anche sul sistema di riferimento riportando dei cambiamenti positivi, creando un clima di sostegno e di

¹⁰⁶ Cfr. Di Pietro M.

collaborazione. Si instaura così una comunicazione vera, profonda, scevra da giudizi, accogliente nel verbale e nel non verbale. Una relazione che tiene conto dei dati reali ed oggettivi, che favorisce l'espressione del proprio mondo interiore senza cadere in banali sentimentalismi e che non innesca circoli di comunicazione negativa. Si instaura una disponibilità reale all'ascolto - di per sé già una carezza incondizionata e positiva - interpretando la comunicazione dell'altro in modo reale e non distorto, verso una relazione profonda e soddisfacente in cui ciò che esprimiamo è ciò che realmente sentiamo.¹⁰⁷ Ci apriamo così alla possibilità di incontrare persone che condividono almeno in parte i nostri stessi obiettivi, creando uno spirito di impresa o di progetto costruttivi. Si abbraccia la possibilità di accettare le diversità dentro e fuori di noi in una condizione di pace che non è la semplice gestione del conflitto, ma condivisione di ideali e valorizzazione dei saperi cognitivi ed emotivi. Questo atteggiamento porta inevitabilmente ad un'apertura alle relazioni interpersonali e ad un riconoscimento ed un rispetto di tutte le forme di vita del nostro pianeta in una visione di ecologia che è la vera essenza del termine.

2.5 L'influenza della cultura

¹⁰⁷ Questo tipo di approccio è applicabile anche in ambiti relazionali più formali, come quello professionale, calibrando la modalità di comunicazione e divenendo consapevoli quando il processo non è realizzato completamente per necessità dovuta alla situazione specifica.

Gli scienziati sociali¹⁰⁸ hanno identificato la visione del sé come una delle maggiori differenze tra le culture occidentali e quelle non occidentali che, a sua volta, influenza le emozioni o il nostro modo di sentire. Il nucleo profondo del sé sembra dipendere meno dalla cultura, mentre lo strato più esterno ne è profondamente influenzato. Questo strato esterno sarà l'oggetto della nostra attenzione consci che esistono situazioni intermedie rispetto ai casi estremi cui ci riferiamo.

Tipico di individui che vivono in culture occidentali sembra essere una visione del sé come un'entità separata dagli altri, inclusi i genitori, i figli, colleghi, amici. Essi considerano il sé come qualcosa che possiede dei valori, delle credenze, degli attributi interni¹⁰⁹. In opposizione a questo tipo, esiste un sé "interdipendente", molto più tipico di individui che vivono in culture asiatiche. Questi ultimi vedono il sé come qualcosa di collegato agli altri, qualcosa che fa effettivamente parte di un contesto sociale. Il sé interdipendente si definisce in termini di relazioni sociali. Le diverse concezioni culturali del sé influiscono sugli obiettivi che costellano la vita di un individuo. L'obiettivo della vita di una persona con un sé indipendente consiste nel separare, nel dividere questo sé dagli altri - spesso esprimendo le proprie credenze interiori, dicendo come si sentono e sottolineando la loro importanza, soprattutto in relazione agli altri. Questi obiettivi sono diversi da quelli di qualcuno che possiede un sé interdipendente, che consistono nel mettersi in contatto con gli altri e nel mantenere i rapporti.

¹⁰⁸Tsai J.L., Levenson R.W., "Cultural Influences on Emotional Responding: Chinese American and European Dating Couples During Interpersonal Conflict", in *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 28 (1997), pp 600-625.

¹⁰⁹ Markus H.R. e Kitayama S., "Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion and Motivation", in *Psychological Review*, 98 (1991), pp 541-554.

Queste visioni divergenti del sé influenzano aspetti diversi delle emozioni e alterano anzitutto la percezione dell'emozione "positiva". Le concezioni culturali del sé influenzano le emozioni anche per quanto riguarda la componente fisiologica – il modo di reagire del nostro corpo. Gli occidentali mostrano una maggiore stimolazione fisiologica durante le emozioni, tendendo poi a ritornare più lentamente ad uno stato di stimolazione bassa durante la fase di recupero. Essi danno invece maggiore importanza a stati di stimolazione bassa. I sé inter-dipendenti sono concentrati su di sé e chiedono sensazioni positive, ma non un alto livello di stimolazione che può far star male gli altri. In altre parole lo stato emotivo di questi ultimi deve avere un impatto minimo sugli stati emotivi degli altri.

Per entrare nel vivo del mondo emotivo si può affermare che rispetto agli occidentali, gli asiatici hanno così un maggior senso della vergogna, della colpa, e così anche orgoglio quando sono gli altri a essere responsabili di qualcosa; ciò avviene perché la loro concezione del sé si fonda maggiormente sugli altri. Le concezioni culturali del sé sembrano quindi influire su come sperimentiamo le emozioni e sull'impatto che queste hanno sul corpo; in altre parole su come influenzano la nostra fisiologia.

In termini generali possiamo comunque affermare per ogni cultura che i blocchi emozionali e conseguentemente fisici, sono quasi sempre collegati a condizionamenti culturali negativi. Abbiamo vissuto millenni di cultura basata sull'aggressività, sul potere e sulla divisione. La strategia dell'educazione e della legge è basata sulla paura del giudizio e della punizione, sul senso di colpa. Ma se la comunicazione, e quindi l'informazione, è la nostra vita, un condizionamento errato può compromettere la possibilità di evoluzione verso un sistema in cui l'uomo sia libero di essere quello che è

veramente, e di crearsi intorno un mondo “sano” in cui ogni forma di vita abbia il suo diritto di esistere.

L’essere imbevuti della nostra cultura ci costringe ad identificarci con i suoi contenuti e valori.

L’identificazione è però il processo psichico inverso a quello del distacco. La certezza di aver subito dei condizionamenti impropri deve trasformarsi in consapevolezza della necessità di decondizionarci in modo intelligente per raggiungere un livello di libertà, di naturalezza e di rispetto interiore ed esteriore.

2.6 Individuale versus collettivo

Acquisire la consapevolezza delle emozioni “negative” nel momento in cui cominciano a muoversi, ci mette a disposizione una gamma più ampia di possibili reazioni. La valutazione è influenzata da due fattori secondo Ekman¹¹⁰. In primo luogo dalla storia della nostra specie su questo pianeta, ovvero ciò che è stato utile e adattivo all’umanità – la filogenesi – e dalla nostra storia personale e cioè ciò che è stato utile e adattivo alla nostra crescita e al nostro sviluppo – ontogenesi.

Nella biografia Darwin esplicita un suo convincimento

tutti gli esseri senzienti si sono sviluppati attraverso la selezione naturale in modo tale che le sensazioni piacevoli fanno loro da guida, in particolare il piacere derivato dalla socievolezza e dall’amore nei confronti della famiglia¹¹¹

¹¹⁰ Ekman P., “Charles Darwin’s The Expression of Emotions in Man and Animals”, third Edition, with Introduction, afterwords and commentaries by Paul Ekman, Oxford University Press, New York 1998.

¹¹¹ Ekman (1998), op cit

Una delle principali idee di Darwin è quella della continuità della specie. In altre parole, le emozioni non sono un retaggio esclusivamente umano. Nel pensiero occidentale si riteneva variamente che gli animali provassero emozioni e gli esseri umani no, oppure viceversa. Vi è dunque una continuità tra una specie e l'altra, così come vi è universalità tra una cultura e l'altra. Un'altra idea di Darwin, più centrale per la nostra trattazione è che le nostre emozioni si sono evolute nel corso della nostra storia per permetterci di affrontare i nodi importati dell'esistenza – l'educazione dei figli, l'amicizia, la coppia, gli antagonismi – e che la loro funzione è di farci agire più rapidamente, senza doverci pensare troppo. Risulta quindi che le cose che impariamo diventano parte del meccanismo dell'emozione; diventano parte di un tema che portiamo incluso in noi: se qualcosa si muove velocemente verso il nostro campo visivo, reagiamo. Non importa che cos'è; più la reazione è vicina a quel tema più è facile impararla (funzione sopra descritta propria del cervello limbico).

3. DALLA TEORIA ALL'ATTUAZIONE

3.1 La gestione costruttiva dei conflitti

Nell'ambito della ricerca per la pace (Peace Research) si è sviluppato, soprattutto negli ultimi decenni, un settore specifico di ricerca, denominato "Conflict Resolution"¹¹², che ha

¹¹² Sulle diverse prospettive di ricerca in questo ambito, si veda "The Online Journal of Peace and Conflict Resolution", Issue 3.3/june 2000, ISSN 1522-211X, www.trinstitute.org/ojpcr

affrontato lo studio della teoria e approfondito la pratica della gestione del conflitto ai vari livelli (micro, meso, macro).

Facendo riferimento a tale letteratura e alla luce di teorie che sappiano individuare analogie e differenze tra livelli e ambiti diversi, vogliamo analizzare alcune caratteristiche peculiari dei processi di escalation e de-escalation dei conflitti, a partire dai seguenti presupposti:

- a- in quanto processo interattivo, il conflitto richiede di essere analizzato in una prospettiva sistemica e secondo un'ottica della complessità, che tengano conto delle variabili situazionali e contestuali, dei fattori e delle dinamiche relazionali che entrano in gioco e ne influenzano l'andamento. Poiché il modo in cui agisce ciascuna delle parti influenza il modo di reagire delle altre, la responsabilità dell'andamento del conflitto è sempre, in una certa misura, condivisa: nessun singolo attore detiene *tutta* la responsabilità di quanto accade (Galtung J.,1996);
- b- ogni conflitto contiene in sé il rischio della violenza, ma anche la possibilità di essere un'occasione di crescita, una risorsa per il cambiamento. Come tutte le crisi, infatti, esso può evolvere in senso positivo, portando ad una ristrutturazione della situazione e ad un riequilibrio, oppure può degenerare in una spirale di violenza distruttiva (Galtung,1996); imparare a trasformare costruttivamente i conflitti è un completamento indispensabile della democrazia e della convivenza nel mondo contemporaneo;
- c- nell'evoluzione di una dinamica conflittuale esistono alcuni fattori cruciali e significativi, che possono contribuire ad incrementare o a contenere la violenza

del conflitto; tra questi, le competenze comunicativo-emotivo-relazionali sono tra i più importanti.

Attraverso quali meccanismi si innesca la spirale distruttiva in un conflitto? Come può essere bloccata, contenuta, invertita questa tendenza, in modo da trasformare costruttivamente una situazione conflittuale?

3.2 L'educazione emotivo-relazionale e la gestione costruttiva dei conflitti

In un'ottica di specularità tra la dimensione interpersonale e quella intrapersonale possiamo considerare la conflittualità che si manifesta tra individui uno specchio di quella che si crea tra le subpersonalità presenti in ciascuno di noi. Questa convinzione ci porta a considerare l'educazione comunicativo-emotivo-relazionale uno strumento fondamentale al fine di instaurare relazioni interpersonali positive e per acquisire competenze per "so-stare" nel conflitto e valorizzarlo come momento evolutivo.

La maggior parte di noi vive in una grande inconsapevolezza dei propri comportamenti, delle sensazioni¹¹³, delle emozioni¹¹⁴, dei sentimenti¹¹⁵. Quando ci

¹¹³ Le sensazioni sono stimoli corporei attivati tramite i sensi; quest'ultimi trasformano gli stimoli in processi psichici attraverso un percorso di apprendimento gestito dal cervello limbico e dal cervello rettile.

¹¹⁴ L'emozione nasce prevalentemente nell'amigdala, uno degli organi del cervello limbico; la sua funzione è di segnalarci quali eventi della nostra vita sono rilevanti così da poter attuare comportamenti adeguati per la loro gestione.

¹¹⁵ Secondo alcuni studiosi i sentimenti sarebbe una *struttura* complessa e articolata composta da varie emozioni; altri li definiscono come fenomeni

innamoriamo, quando ci arrabbiamo, quando prendiamo delle decisioni, in realtà siamo spesso mossi da desideri e paure inconsce, da condizionamenti sociali, da imprinting familiari o sociali, da modelli di comportamento che abbiamo interiorizzato in modo coatto e inconsapevole. Spesso attiviamo anche un controllo delle emozioni - prerogativa importante dell'uomo - che se eccessivo innalza un muro interiore che ci protegge dal dolore, ma ci priva di vitalità e ci nega anche la gioia.

I ricercatori¹¹⁶ hanno dimostrato che più del Q.I., sono la consapevolezza emotiva e la capacità di padroneggiare le emozioni, i sentimenti a determinare il successo e la felicità in tutti i campi dell'esistenza. Possiamo quindi affermare che questa intelligenza intra-personale è una capacità correlativa rivolta verso l'interno: è l'abilità di formarsi un modello accurato e veritiero di se stessi e di usarlo per operare nella vita. Diventa così fondamentale educare l'essere umano a conoscere profondamente le proprie capacità e ad utilizzarle al meglio; ad avere consapevolezza dei propri sentimenti, delle proprie emozioni e del proprio corpo e a saperli adeguatamente esprimere e, all'occorrenza, a controllarli. L'educazione emotiva è pertanto mezzo e fine per uno sviluppo adeguato della personalità e per favorire il benessere psicofisico; l'individuo viene così instradato ad avere una positiva e

più duraturi e stabili, meno intensi delle emozioni, ma sostenuti dall'affettività. Il sentimento riguarda la consapevolezza delle proprie azioni, del proprio essere e dell'altro. Nell'accezione comune il termine viene spesso utilizzato per contrapposizione alla sfera cognitiva o puramente fisica, alla quale invece appartiene. Per una trattazione più puntuale rimandiamo ai testi di GABRIELE LA PORTA, *A come Anima*, Il saggiatore, Milano 2001 e di MASINI VINCENZO, *Dalle emozioni ai sentimenti*, Ed. Prevenire è possibile, Catania 2001.

¹¹⁶ Tra gli altri Gardner A., Goleman D., Gordon T., Gottman J. e Declare J., Di Pietro M.

realistica immagine di sé, facilitando l'istaurarsi di gratificanti rapporti con gli altri. Un allenamento a vivere insieme agli altri con serenità, con spirito di collaborazione, senza sopraffare e senza essere sopraffatti.

Da quanto illustrato nella presente trattazione – e l'esperienza diretta lo conferma – le emozioni durano qualche secondo, gli umori per esempio qualche giorno, il temperamento si forgia nel corso degli anni. Se vogliamo pertanto operare un reale cambiamento nelle relazioni sociali ed interpersonali in generale dobbiamo ovviamente agire anzitutto sulle emozioni, così da facilitare i cambiamenti dell'umore, che a sua volta si stabilizzerà nella forma di un temperamento. Questo sarà possibile soltanto con un processo di "familiarizzazione"; ovvero dobbiamo entrare in intimità con i pensieri che possono far insorgere emozioni "sfavorevoli" per noi e per gli altri. Abituarsi a familiarizzare con i pensieri che insorgono, nel momento in cui insorgono; questo processo di auto-osservazione permette di sciogliere la concatenazione di pensieri che veicolano tale emozione.

Sulla scia delle proposte di E. Ellis e di M. Di Pietro potremmo individuare alcune fasi strutturali: il riconoscimento delle emozioni, la loro accettazione senza giudizio, la scissione tra pensieri ed emozioni, la trasformazione dei pensieri inquinanti o disfunzionali, l'attuazione di nuovi modi di pensare. Si impara così a riconoscere, accettare, accogliere, comunicare il proprio mondo emotivo cercando di individuare i pensieri responsabili delle nostre attivazioni negative, osservandoci e liberandoci da sensi di colpa e da drammatizzazioni superflue.

Soltanto conoscendo noi stessi possiamo comprendere le reazioni degli altri; solo ascoltando i nostri bisogni, i nostri conflitti interiori possiamo riconoscere quelli altrui; solo prendendo coscienza dei nostri condizionamenti possiamo

aiutare gli altri a liberarsi dai propri instaurando delle relazioni ed una comunicazione spontanea e sincera che entra in contatto profondo.

Un'emozione può avere effetti distruttivi su se stessi oppure sugli altri. Nella gestione delle dinamiche conflittuali quotidiane risulta quindi di fondamentale importanza la consapevolezza e la competenza nel gestire le proprie emozioni. Nel momento in cui un'emozione si manifesta si spezza la tranquillità e l'equilibrio mentale o la sensazione di benessere. Altre emozioni non disturbano questo equilibrio anzi lo favoriscono, e sono quindi positive per noi e per gli altri. L'espressione di un'emozione quando non è appropriata alla situazione crea una dinamica distruttiva "un'emozione fuori luogo". E' naturale sentirsi triste quando muore una persona cara; una persona depressa invece prova tristezza in contesti non appropriati. Lo stesso accade per la paura e per la fobia, l'estremo patologico della paura. E' normale provare paura in reazione a una minaccia alla nostra incolumità fisica, ma un individuo fobico proverà paura in altri contesti, laddove non ci sono minacce reali e tanto meno alla sopravvivenza fisica.¹¹⁷ Molte afflizioni¹¹⁸ possono aumentare al punto che l'immagine non corrisponde alla realtà esterna alla mente¹¹⁹.

¹¹⁷ Una delle ipotesi che si sono fatte è che tali patologie emotive siano da attribuirsi ad un cattivo funzionamento dell'ippocampo (cfr Czech B. Michaelis T., Watanabe T., Frahm J., Biurrn, G., Van Kampen, Bartolomucci A., Fuchs E., *Stress-Induced Changes in Cerebral Metabolites, Hippocampal Volume, and Cell Proliferation Are Prevented by Antidepressant Treatment*, in Proceedings of the National Academy of Sciences of USA, 98, 22 (2001), pp 12796-12801.

¹¹⁸ Davidson J. , Putman K.M. e Larson C.L., "Dysfunctional in the Neural Circuitry of Emotion Regulation – A possibile Prelude to Violence", *Science*, 289, 2000, pp. 591-594).

¹¹⁹ Rosen B.R., "Functional Magnetic Resonance Imaging of Brain Reward Circuitry in the Human", *Annals of the New York Academy of Science*, 29, 877, 1999, pp 523-547.)

Una delle scoperte più interessanti fatte recentemente dalla neuroscienza¹²⁰ è che i lobi frontali del cervello – l'amigdala e l'ippocampo – cambiano in relazione all'esperienza. Sono le parti del cervello più fortemente influenzate dall'ambiente emotivo in cui cresciamo e dalle esperienze che ripetiamo. L'impatto sullo sviluppo del cervello è stato rintracciato fino al livello più particolare, quello dell'espressione dei geni. Finora questo è stato sperimentato soltanto su animali, ma vi sono forti ragioni di credere che riguardi anche gli esseri umani. Se un individuo è cresciuto in un ambiente favorevole, si verificano dei cambiamenti dimostrabili e oggettivi nelle espressioni dei geni. Ci sono ad esempio geni per certe molecole che svolgono un ruolo importante per le emozioni e che reagiscono se vengono nutriti. Ciò significa che coloro che vengono cresciuti in un ambiente favorevole hanno capacità più elevate di regolare le proprie emozioni. Le emozioni "negative" non sono pertanto un processo da reprimere. E' possibile incanalarle in un dialogo con la propria intelligenza, utilizzandole per comprendere la natura della propria mente e osservandole scomparire spontaneamente senza creare ulteriori semi per un'insorgenza futura.

Le emozioni sono come pensieri silenziosi, ospiti spesso sgraditi nelle nostre vite. Eppure le sensazioni che ci trasmettono sono importanti. Esserne coscienti ed avere la competenza per agirle positivamente aumenta le opzioni a nostro favore.

¹²⁰ Raine A., Lecz T., Bihrlé S., LaCasse L. e Colletti P., "Reduced Prefrontal Gray Matter Volume and Reduced Autonomic Activity in Antisocial Personality Disorder", Archives of General Psychiatry, 57, 2 (2000), pp. 119-27.

3.3 Le competenze comunicative per una trasformazione costruttiva dei conflitti

Le dinamiche che si attivano nell'innescare i conflitti e nel farli crescere di intensità possono essere diverse e molti sono gli approcci interpretativi emersi in questo ambito nelle scienze socio-psico-antropologiche; da quelli che sottolineano l'importanza del mondo interno e dei processi inconsci, a quelli che evidenziano il ruolo della violenza strutturale o culturale nei comportamenti conflittuali.

Una lettura che ci sembra particolarmente utile per mettere a fuoco gli aspetti relazionali e comunicativi dei conflitti è quella che chiama in causa i processi mimetici, che sono stati interpretati e descritti in diversi ambiti di ricerca.

La violenza si propaga con la rapidità di un fulmine...La violenza è contagiosa, e in modo tanto virulento, perché si propaga per imitazione, per mimetismo¹²¹.

La violenza è un rapporto mimetico perfetto, reciproco. L'uno imita la violenza dell'altro e gliela ricambia ad usura¹²²

E' questo "contagio" ciò che abbandona protagonisti al gioco mimetico, cancellando l'oggetto del conflitto. In tal modo, i contendenti diventano sempre più "simili", e - imitandosi nel comportamento violento, procedono per simmetrie che, nel ribattere colpo su colpo e nell'illusione della vittoria finale, fanno crescere l'intensità della violenza in

¹²¹Semelin J., Per uscire dalla violenza, EGA, Torino, 1985, pag.129-130

¹²² Girard R., "Delle cose nascoste fin dalla fondazione del mondo", Milano, 1938, pag.370.

un'escalation tendente alla capitolazione dell'altro. Soprattutto se il rapporto di forze è abbastanza equilibrato, ciò conduce solo al peggioramento dei rapporti, fino a compromettere gravemente le relazioni reciproche.

Nella teoria sistemica della comunicazione - rifacendosi al concetto di scismogenesi simmetrica di Gregory Bateson (1958) - si parla, com'è noto, di "interazione simmetrica" per descrivere il modello di interazione competitiva basata sul reciproco rispecchiamento del comportamento¹²³.

Anche in ambito sociologico viene evidenziata la tendenza a rispondere in modo simmetrico. Kriesberg (1973) infatti - nelle sue ipotesi sulle dinamiche di scalata e descalata dei conflitti - utilizza il principio della "mutua reciprocità", che può agire sia nel senso dell'incremento, che nel senso del contenimento del conflitto, a certe condizioni.

Lo psicolinguista F. Schultz von Thun (1981) evidenziando la comunicazione come un fenomeno a quattro livelli (il contenuto, la relazione, l'appello, lo status), sottolinea come i conflitti sorgono quando un parlante intende comunicare con un aspetto e il ricevente ascolta con un altro.

Il modello di Comunicazione nonviolenta proposto da Marshall Rosenberg¹²⁴ si propone sia di affrontare adeguatamente i conflitti originati a livello comunicativo, sia di contenere la violenza nelle interazioni conflittuali, attraverso efficaci competenze comunicative.

Rielaborando i contributi di Rogers, Gordon, Cheli, Rosenberg potremmo rielaborare il modello "linguaggio giraffa" di quest'ultimo nelle seguenti quattro fasi:

1)- osservare senza giudizio

¹²³ Watzlawick P et al., "Pragmatica della comunicazione umana", Roma, 1971, pag.61

¹²⁴ Rosenberg M., "Les mots sont des fenetres", Syros, Parigi 1999

Nelle nostre modalità di comunicazione siamo soliti usare quelle che Gordon chiama le “barriere della comunicazione” e Rosenberg sintetizza nelle modalità della “comunicazione alienante”: giudizi moralistici espressi in seconda persona, che etichettano l’altro e focalizzano l’attenzione sulla classificazione, l’analisi e la valutazione dei torti, anziché concentrarsi sui bisogni; confronti negativi, svalutanti; il rifiuto della responsabilità dei propri atti e sentimenti; le minacce, le pretese in nome del principio d’autorità...

Il giudizio produce reazioni di difesa, resistenza e rifiuto, l’osservazione si limita a descrivere ciò che accade.

2)- essere consapevoli delle proprie emozioni ed esprimerle

Distinguere tra sentimenti e pensieri e non attribuire all’altro la responsabilità di ciò che si sente. Evitare perciò l’uso di aggettivi che attribuiscono interpretazioni o comportamenti all’altro ed esprimere, invece, i propri sentimenti.

3)- esprimere i bisogni che sono all’origine dei sentimenti

Le azioni degli altri possono essere il fattore scatenante, non la causa dei nostri sentimenti, i quali hanno origine nei nostri bisogni.

Ci sono tre fasi, secondo Rosenberg, nello sviluppo di una piena maturità affettiva: la schiavitù affettiva, cioè la convinzione di essere responsabili dei sentimenti dell’altro, da cui deriva il continuo sforzo per far piacere a tutti; la fase reattiva, nella quale ci si ribella a questa situazione e si rigetta totalmente ogni responsabilità nella relazione (“è un problema tuo, non sono responsabile di ciò che provi”); la liberazione affettiva, vale a dire l’assunzione piena della responsabilità delle nostre intenzioni e dei nostri atti, l’esposizione chiara di ciò che vogliamo, mostrando nel contempo attenzione anche ai bisogni dell’altro.

4)- formulare delle richieste, non delle pretese

Chiedere chiaramente atti concreti, non fare richieste generiche, né pretendere.

La comunicazione nonviolenta comporta, dunque, da un lato, la capacità di esprimere chiaramente ciò che si osserva, si sente, di cui si ha bisogno, ciò che si vorrebbe, usando il “messaggio-io”, formulando cioè in prima persona le osservazioni, le richieste (affermazione positiva, assertività); dall’altro, comporta la capacità di ricevere con empatia le osservazioni, i sentimenti, i bisogni, le richieste dell’altro (decentramento, ascolto attivo ed empatico).

3.4 Educazione alla pace

La parola conflitto continua ad evocare nella nostra cultura concetti o immagini sgradevoli, rimandandoci allo scontro, al contendere, all'aggressività e inevitabilmente alla violenza. Questa visione ci porta a considerare il conflitto una malattia, una patologia sociale del comunicare, verso la quale è necessario individuare interventi, terapie, antidoti.

A corollario di queste premesse l'attuale marcata preferenza per la “costruzione di consenso” e l'auspicato aumento di tecniche e competenze comunicative.

Il processo di riduzione della violenza e dell'aggressività che spesso vi sono legate necessita di premesse alternative: il conflitto e la comunicazione, in quanto tali, ricoprono una valenza neutra, o - sarebbe meglio dire - ambivalente: assomigliano di più ad un “phàrmakon”, nel senso che portano in sé sia le potenzialità di patologia che quelle di cura.

La comunicazione stessa, infatti, appare foriera di conflitti ed, insieme, unica possibile forma di approccio per la loro trasformazione.

Il conflitto, d'altronde, può essere il fattore primario della crisi irreversibile della comunicazione, ma è anche il contesto di nuove opportunità perché essa si sviluppi e cambi.

Le riflessioni necessarie possono allora diventare:

- quali tipologie di comunicazione (modalità, quantità, qualità) sono antidoto al conflitto distruttivo e quali ne sono radice e fonte inesauribile;
- quali modalità di 'gestione' del conflitto possono renderlo un'occasione di crescita della comunicazione e quali invece comportano il suo declino e regressione;
- in quale rapporto devono stare comunicazione e conflitto perché una società possa evolvere ecologicamente, secondo modalità strutturali e culturali orientate alla nonviolenza;

L'aumento delle competenze comunicative, da solo, è condizione necessaria ma non sufficiente per generare un cambiamento.

Dobbiamo dare attenzione con urgenza, e questo intervento proverà a farlo, ad almeno altri due livelli di contesto:

1. la competenza emotiva individuale
2. le relazioni
3. le macroculture in cui avvengono le comunicazioni.

La nostra visione tradizionale, che separa il conflitto dalla pace, e concepisce quest'ultima come assenza di conflitto, ci conduce irrimediabilmente a giustificare e motivare la guerra come soluzione del conflitto stesso.

mediaemozione

Questo è il circolo perverso e vizioso, la metafora che ci impedisce di vedere.

- a) se PACE è assenza di conflitto
- b) solo la lotta è presenza del conflitto
allora
- c) la guerra ne è la soluzione.

Se vogliamo iniziare a *comunicare col conflitto* non possiamo che iniziare a vederlo secondo nuove circolarità:

- a) se la pace è assenza di violenza
- b) e la lotta è sintomo di violenza;
allora
- c) la guerra non ne è la soluzione.

La guerra sarà ritenuta un errore soltanto quando rinunceremo alla visione quietistica ed armonicista della pace come assenza di conflitti e lavoreremo per ridurre ed evitare il più possibile tutte le forme di violenza (diretta, strutturale e culturale)¹²⁵.

La capacità di “comunicare nel conflitto” è tanto più alta e costruttiva tanto più, ovviamente, si supera la tradizionale impostazione, intrisa di violenza, e si va verso modalità empatico-assertive, che conciliano il massimo livello di espressione e d’autonomia col massimo possibile di apertura e di relazione.

¹²⁵ Johan Galtung, cit.; Pat Patfoort, *Costruire la nonviolenza*, Meridiana 1989; Alberto L’Abate, *Consenso Conflitto Mutamento sociale*, Franco Angeli 1986; Giovanni Scotto – Emanuele Arielli, *I conflitti*, Bruno Mondadori 1998.

Se la pace è stata considerata antitetica rispetto al conflitto e dunque il conflitto visto come guerra, un modo nuovo per affrontare la possibilità di una pace - concreta e operativa - è ristrutturare la stessa concezione di pace. La proposta è quindi di accettare che il concetto di pace contenga in sé quello di conflitto, in quanto permette di mantenere la relazione anche nella divergenza. Si può pensare quindi al conflitto come un elemento generativo, un elemento creativo, una risorsa all'interno della costruzione di relazioni che non possono prescindere dal valorizzare la diversità.

In tutto ciò emerge però la difficoltà di capire le ragioni degli altri, di accettare la divergenza, la compresenza di visioni diverse. Questa è la sfida: creare le condizioni affinché le relazioni possano alimentarsi non solo nella simpatia ma anche nella discordanza e nella diversità. Cercare di apprendere la capacità di stare dentro il conflitto e di vivere la diversità come momento di crescita e non più come un fattore di paura e di minaccia.

La diversità perde così la sua connotazione di antagonismo e diventa un elemento evolutivo, di arricchimento. Per arrivare a questo è necessario però uscire dalla convinzione che per soddisfare i propri bisogni sia necessario penalizzare qualcun altro, entrando in un gioco che permetta a tutte le parti di uscire vincitrici. Imparare a relazionarsi in modo costruttivo non significa quindi soltanto dotarsi di "buone tecniche" comunicative, che ci permettano di padroneggiare razionalmente le relazioni, ma significa soprattutto aprirsi alla conoscenza e alla consapevolezza delle emozioni, dei sentimenti e di tutti quei processi comunicativi che noi e gli altri attiviamo nelle relazioni. Per questo la scelta di cooperare con un'altra persona, di trovare un accordo, invece di "combatterla", dipende non soltanto dal vantaggio materiale che può derivarne, ma anche dal nostro vissuto nei suoi

confronti. Il conflitto diventa così un'opportunità di leggere se stessi, di osservare quelle parti di noi che non conosciamo, che la relazione con l'altro fa emergere in modo più eclatante.

Soltanto attraverso un processo educativo costante ¹²⁶ potremo infatti andare verso una trasformazione radicale che ancora dominano la nostra vita e che, se non superate, rischiano di rendere irreversibili gli effetti delle attuali modalità di gestione dei conflitti, che rappresentano in modo sempre più chiaro la più forte e rapida minaccia alla nostra sopravvivenza su questa terra.

3.5 L'empatia e lo stato dell'arte

Alcuni autori,¹²⁷ ispirati ad un modello di lettura multidimensionale, distinguono una prima esperienza emotiva, non mediata cognitivamente, definita del "contagio empatico", rinvenibile in modo più evidente nelle prime fasi di vita, ma ovviamente riscontrabile successivamente in esperienze forti fusionali - come l'innamoramento, le esperienze mistiche ecc. - o di simpateticità.

Per questi autori il contagio empatico comporta un "pieno immedesimarsi" nella realtà emotiva dell'altro e presuppone sia un automatismo emotivo non differenziato ("empatia

¹²⁶ Sul training alla nonviolenza vedi: Euli- Soriga- Sechi- Puddu, Percorsi di formazione alla nonviolenza. Viaggi in training 1983-1991, Pangea 1996; Euli-Sechi-Soriga, Reti di formazione alla nonviolenza. Viaggi in training 1992-1998, Pangea 1999.

¹²⁷ Hoffmann M.L., "Interaction of affect and cognition in empathy", in C. Izard, J. Kagan e R., 1984. Draghi-Lorenz R., "Stimoli espressivi e situazionali nella determinazione delle risposte empatiche di bambini nel terzo anno di vita", in "Giornale Italiano di Psicologia", XXII, 1995, pp 577-605

globale” secondo Hoffmann) sia funzionamenti di tipo imitativo-reattivo (come nel caso della relazione madre-bambino nei primi anni di vita) che traducono la capacità primitiva e originaria di empatia nello sviluppo cognitivo-affettivo.

Ad un livello ontogenetico evolutivo, il contagio empatico, -in quanto fondato su una ancora non definita differenziazione del sé - può essere considerato il precursore evolutivo della relazione empatica. Si caratterizza come attitudine a riprodurre e, soprattutto, a “provare” i sentimenti dell’altro e può rinvenirsi allorquando il neonato assume relativa consapevolezza dell’esistenza di uno stato mentale interno dell’altro¹²⁸ e quindi, di uno spessore emotivo della relazione che può essere in grado di registrare, percepire e riprodurre.

Il contagio empatico comporta, dunque, un’attivazione emozionale, che non richiede la discriminazione dello stato emotivo dell’altro e non è supportato da una consapevolezza della natura sintonicamente reattiva delle proprie emozioni.

Le forme di empatia (dal greco *empathia* = sentire dentro) mediate cognitivamente prevedono, invece, una prima capacità di differenziare l’altro in virtù di una differenziazione da sé; ad un livello più semplice, il riconoscimento delle emozioni altrui rappresenta il primo componente dell’empatia ed evolutivamente il prerequisito per la capacità di identificarsi empaticamente con l’altro. Appare, tuttavia, chiaro che il riconoscimento delle emozioni dell’altro non necessariamente si associa a capacità empatica; un individuo può, infatti, ben intuire la qualità emozionale del vissuto di un’altra persona ma non essere in grado di accedere ad una reale compartecipazione emotiva.

¹²⁸ Feshbach N. (1996): “Insegnare l’empatia: bambini e nonviolenza”, in G. Attili, F. Farabollini, P. Messeri (a cura di), *Il nemico ha la coda*. Giunti, Firenze, 72-82

Ad un livello ancora successivo, abbiamo situazioni di risonanza empatica attivate dalla partecipazione ad eventi che colpiscono altri ma che rievocano internamente analoghi episodi; in tal caso gli autori¹²⁹ parlano di “empatia egocentrica” indotta cioè dall’attribuzione ad altri di sentimenti ed emozioni analoghe a quelle sperimentate dal soggetto per eventi simili; in tal caso il soggetto può compiere una semplice operazione mentale di proiezione del proprio vissuto che non comporta un’esatta comprensione dello stato emotivo dell’altro. Si può quindi parlare di “compassione” (dal latino *cum pathos* = stesso sentire) o di commozione (dal latino *cum motus* = un sintonico moto d’animo), ma non di empatia. La risonanza emozionale ad un evento evocativo può dar luogo anche a “risposte parallele” sintonizzate sull’analogia di vissuto emozionale.

Si comprende che se la relazione è carica di contenuti personali narcisistici o proiettivi ciò non può indurre ad esatta comprensione della realtà emotiva dell’altro.

In linea generale, gli Autori sono concordi nel definire come qualitativamente più profonde le esperienze di relazione empatica in cui la differenziazione cognitiva tra la propria emozione e quella altrui risulta massima; in tal caso, il “mettersi nei panni dell’altro” assumerebbe una veste di reale comprensione empatica in quanto il soggetto sarebbe in grado di accedere ad una raffinata metarappresentazione dello stato emotivo altrui senza confonderlo con il proprio. N. Feshbach¹³⁰ definisce, infatti, come secondo componente dell’empatia la capacità di “assumere la prospettiva ed il ruolo dell’altro” (role taking), superando progressivamente l’egocentrismo, contenendo le spinte proiettive e cercando di comprendere il

¹²⁹ Hoffman, 1984, op. cit.

¹³⁰ Feshbach (1996) op cit.

vissuto dell'altro nella sua specifica articolazione e qualità di esperienza emotiva.

La capacità di rappresentazione della soggettività altrui, con la relativa possibilità di accesso al decentramento, è un mediatore cognitivo che può sostenere una relazione empatica evoluta.

La condizione empatica può, dunque, definirsi come un'esperienza di condivisione emotiva che richiede una raffinata mediazione cognitiva il cui prerequisito è una sufficiente differenziazione e individuazione, in grado di sostenere cognitivamente una corretta individuazione e comprensione dello stato emotivo altrui; a ciò può far seguito una "risposta empatica", intesa come possibilità di sperimentare internamente la qualità emotiva dell'altro in un'esperienza di profonda vicinanza e intimità relazionale nel rispetto pieno dell'alterità.

In tal senso l'esperienza empatica risulta di notevole interesse in quanto sottende un delicato equilibrio fra un'abilità di discriminazione del vissuto dell'altro e una capacità di identificazione e "immedesimazione" ad un livello più profondo consentendo una reale capacità di accogliere dentro di sé i contenuti emotivi altrui, pur se negativi e conflittuali.

Il contatto con la sofferenza, il dolore o il disagio altrui possono sollecitare reazioni difensive tali da precludere sia una vera esperienza di relazione conoscitiva del mondo emotivo altrui sia un reale intervento di aiuto. Accogliere su di sé il dolore dell'altro richiede, infatti una sufficiente integrità emotivo-cognitiva che possa non sentirsi minacciata dalla risonanza interna di emozioni negative. In tal senso, diverse ricerche hanno dimostrato come sia necessario un sufficiente livello di benessere interno per potersi consentire l'esperienza empatica di accoglienza della sofferenza dell'altro e per poterne poi far uso nel proprio percorso di crescita personale.

Soggetti con scarsa capacità empatica tendono, infatti, a difendersi nelle relazioni emotive e possono registrare una percezione distorta della realtà emotiva altrui, filtrata da meccanismi di negazione o disconoscimento, per lo più tesi a svalutare la portata emotiva in gioco, a deresponsabilizzarsi o a riferire all'altro la responsabilità della colpa. I dati delle ricerche sono, ovviamente, in continuo aggiornamento e anche spesso per molti versi discutibili a causa della difficoltà a circoscrivere l'oggetto di studio e a rendere sufficientemente contenute le inferenze. Ciononostante, il dato di maggior rilievo appare, di certo, la significativa correlazione¹³¹ tra capacità empatiche e positive interazioni sociali, a sostegno dell'ipotesi che il gruppo sia favorevolmente più disponibile a fidarsi di chi sente maggiormente in grado di condividere i sentimenti altrui.

¹³¹ Davis M.H., "Empathy: A Social Psychological Approach", Brown and Benchmark, Madison, 1994

CONCLUSIONI

Pur consci della non esaustività della trattazione vorremmo evidenziare come emozioni, percezioni, sensazioni non sono espressioni più generiche o incomplete rispetto al pensiero cosciente e razionale, esse esprimono un'analogia potenzialità informativa sulle dinamiche della vita e certamente un'aderenza maggiore al proprio essere biologico, biosimbolico. La capacità di “*stare*”, di “*sentire*”, di sfruttare le nostre risorse superiori attraverso la gestione dell'emotività, la consapevolezza delle proprie emozioni, l'empatia, le abilità comunicativo-relazionali, oltre ad *essere una competenza fondamentale per la nostra salute ed il nostro benessere configurano il vero potere dell'individuo e determinano la sua capacità di stare in relazione.*

In quest'ottica diventa inderogabile inserire il processo di educazione comunicativo-emotivo-relazionale e di gestione della conflittualità nei percorsi scolastici, perché i bambini ed i ragazzi siano in grado di coltivare emozioni *sane e positive* che permettano loro di instaurare rapporti *sani e positivi* ed avere maggiori opportunità nella vita sociale, familiare, lavorativa. Il processo in effetti dovrebbe coprire l'intera popolazione permettendo innanzi tutto alle persone di avvicinarsi alle sensazioni interne delle proprie emozioni a livello psico-fisico, per diventare più sensibili ai segni sottili delle emozioni altrui; offrendo la possibilità di allenarsi con percorsi educativi - in contesti diversi - per affrontare i conflitti emotivi e quindi relazionali. Molti non si rendono conto come i loro pensieri legati alle emozioni diano adito a comportamenti “particolari”. La leva per stimolare tale processo potrebbe essere non soltanto puntare sul miglioramento della qualità della vita individuale e sociale - ma con dati scientifici alla mano, ormai

disponibili¹³² - evidenziare come questo tipo di formazione porta ad un miglioramento delle proprie performance lavorative e dei risultati aziendali¹³³. Questo vale anche in termini di contenimento della violenza nel contesto sociale, familiare, ma anche della conflittualità a livello macrosociale, come riflesso speculare della realtà microsociale ed intrapersonale.

Vivere le relazioni con gli altri in modo costruttivo è un'arte complessa, che s'impara a poco a poco e che richiede conoscenze scientifiche, tecniche operative, consapevolezza e sensibilità e soprattutto metodi educativi che non si traducano solo in formazione professionale ma anche in maturazione e crescita personale, poiché questi due aspetti non sono separabili, soprattutto nella sfera interpersonale.

Questa sfida richiede un grande impegno dei singoli e delle istituzioni, mettendosi in discussione per abbandonare vecchie abitudini ed imparare a comunicare con gli altri, ascoltarli e comprenderli e allo stesso tempo ascoltare e comprendere se stessi. Alle istituzioni si chiede di sostenere le iniziative educative e formative orientate in tal senso, considerandole investimenti produttivi ed indispensabili. Così l'esperienza di

¹³² Goleman D., "Lavorare con l'intelligenza emotiva", Rizzoli ed, Milano 2000

¹³³ Esistono studi dai quali si capisce che lo stile emotivo ad esempio di un leader influenza il clima emotivo dei subordinati che lavorano alle sue dipendenza. Se il clima emotivo è positivo, i profitti salgono perché le persone danno il meglio di sé. I capi che hanno uno stile estremamente positivo sono fonte di ispirazione. Sono in grado di articolare con il loro comportamento valori condivisi, che gli impiegati interpretano come significativi o convincenti e che continuano a ricordare loro quale è la missione da compiere. I leader che dedicano tempo a rendere armoniose le relazioni tra le persone, che si preoccupano di conoscerle hanno un effetto estremamente positivo (cfr Goleman).

vita diventa un continuo processo consapevole di “SAPERE, SAPER ESSERE, SAPER FARE, SAPER DIVENIRE”.

Possa chi porta

Fiori questa notte

Avere la luce della luna

(Kikaku, 1661-1707)

BIBLIOGRAFIA

- Argile M., Lu L.J., “Happiness and Social Skills”, in Personality and Individual Differences, 1990, Vol. 11, pg 1255–1261
- André C. e Le lord F. , "La forza delle emozioni", ed Corbaccio, Milano 2001
- Gregory Bateson, “Verso un’ecologia della mente”, Adelphi, Milano 1976
- Barnett M.A., “Empathy and related responses in children”, in Eisenberg, J. Strayer (eds.), Empathy and its development, Cambridge University Press, New York 1987
- Bechelloni G., Cheli E. (a cura di), “Comunicazione e nonviolenza”, E-book, Mediascape edizioni, Firenze, 2004 - www.mediascape.it
- Berne E., “A che gioco giochiamo”, Bompiani, Milano, 1967
- Boiron C., “Le ragioni della felicità”, FrancoAngeli, Milano, 2001
- Breier H.C., Rosen B.R., “Functional Magnetic Resonance Imaging of Brain Reward Circuitry in the Human”, Annals of the New Yourk Academy of Science, 29, 877 (1999), pp 523-547
- Zani B. e Cicognani E. (a cura di), “Le vie del benessere”, Carrocci, Roma 1999
- Buccioni I. (a cura di), “Relazionarsi oggi”, ed. Comune di Firenze, Firenze 2004
- Buccioni I. (a cura di), “Benessere nelle organizzazioni”, in corso di stampa ISPESL
- Capra F., “Il tao della fisica”, Adelphi, Milano 1987
- Cheli E., “Relazioni in armonia”, FrancoAngeli, Milano 2004

- Cheli E. (a cura di), “La comunicazione come antidoto ai conflitti”, Punto di fuga editore, Cagliari 2003
- Cheli E., “L’età del risveglio interiore”, FrancoAngeli, Milano 2001
- Czech B. Michaelis T., Watanabe T., Frahm J., Biurrun, G., Van Kampen, Bartolomucci A., Fuchs E., “Stress-Induced Changes in Cerebral Metabolites, Hippocampal Volume, and Cell Proliferation Are Prevented by Antidepressant Treatment”, in Proceedings of the National Academy of Sciences of USA, 98, 22 (2001), pp 12796-12801
- Damasio A., “L'errore di Cartesio. Emozioni, ragione e cervello umano”, Adelphi, Milano, 1995
- Damasio A. R., “Alla ricerca di Spinoza. Emozioni, sentimenti e cervello”, Adelphi, Milano, 2003
- Davidson J., Putman K.M. e Larson C.L., “Dysfunctional in the Neural Circuitry of Emotion Regulation – A possibile Prelude to Violence”, Science, 289, 2000, pp. 591-594
- Davis M.H., “Empathy: A Social Psychological Approach”, Brown and Benchmark, Madison 1994
- Davidson I. Jackson, D.C., Kalin N. H., “Emotion, Plasticity, Context and Regulation: Perspective from Affective Neuroscience”, in Psychological Bulletin, 126, 6 (2000), pp 890-906. *Prelude to Violence*, in Science, 289 (2000), pp. 591-594
- Di Pietro, “L’ABC delle mie emozioni. Corso di alfabetizzazione socio-affettiva”, ed. Erikson, Trento, 1999
- Draghi-Lorenz R., “Stimoli espressivi e situazionali nella determinazione delle risposte empatiche di bambini nel terzo anno di vita”, in “Giornale Italiano di Psicologia”, XXII, 1995, pp 577-605

- D'Urso V., Trentin R., "Introduzione alla psicologia delle emozioni", Laterza, Milano 2002
- Ekman P., "Charles Darwin's the Expression of the Emotions in Man and Animals", third Edition, with Introduction, Afterwords and Commentaries by Paul Ekman. London: HarperCollins, New York: Oxford University Press, Oxford 1998
- Ekman P., "Emotion in the Human Face", Cambridge Univ. Press, New York 1982
- Ellis H. C., Thomas, R. L. & Rodriguez I. A., "Emotional mood states and memory: Elaborative encoding, semantic processing, and cognitive effort", in Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, 1984, n. 10, 470-482
- Euli- Soriga- Sechi- Puddu, Percorsi di formazione alla nonviolenza. Viaggi in training 1983-1991, Pangea, Torino 1996
- Euli-Sechi-Soriga, "Reti di formazione alla nonviolenza. Viaggi in training 1992-1998", Pangea, Torino 1999
- Feshbach N. (1996): "Insegnare l'empatia: bambini e nonviolenza". In G. Attili, F. Farabollini, P. Messeri (a cura di), "Il nemico ha la coda", Giunti, Firenze, 72-82
- Frank, M.G. & Ekman, P. (1996), Physiologic effects of the smile, Directions in Psychiatry, 16, (Lesson 25), 1-8
- Johan G., "Pace con mezzi pacifici", Esperia, Milano 2000
- Jung C. G., "L'uomo e i suoi simboli", Longanesi, Milano, 1980
- Galtung j., "Pace con mezzi pacifici", Esperia, Milano 2000
- Gardner A., "Formae mentis. Saggio sulla pluralità delle intelligenze", Feltrinelli, Milano 1987
- Girard R., "Delle cose nascoste fin dalla fondazione del mondo", Milano 1938

- Goleman D., “Lavorare con l’intelligenza emotiva”, Rizzoli ed, Milano 2000
- Goleman D., “Intelligenza emotiva”, Rizzoli, Milano 1995
- Goleman D. e Dalai lama, “Emozioni distruttive”, Oscar Mondadori, Milano 2003
- Gordon T., “Genitori efficaci. Educare figli responsabili”, La Meridiana, Bari 1994
- Gottman J., Declaire J., “Intelligenza emotiva per un figlio”, Bur ed-RCS Libri, Milano 1997
- Hoffmann M.L., “Interaction of affect and cognition in empathy”, in C. Izard, J. Kagan e R.e R. Zajonc, *Emotions, cognition and behaviour*, Cambridge University Press, New York 1984
- Isen A.M., & Patrick R., “The influence of positive feelings on risk taking: When the chips are down”, in *Organizational Behavior and Human Performance*, 1983, n. 31, 194-202
- L’Abate A., “Consenso Conflitto Mutamento sociale”, FrancoAngeli 1986
- Lakoff G, Mark J., “Metafora e vita quotidiana”, Bompiani 1995
- Lange C. G., “The mechanism of the emotions”, trans. by Benjamin Rand, first appeared in Rand, Benjamin (Ed.)(1912). *The Classical Psychologists* (pp. 672-684). [The "other" source of the James-Lange theory of emotion.]. Tratto da www.psychclassics.yorku.ca
- La Porta G., “A come Anima”, Il saggiatore, Milano 2001
- Maslow A. (1968), *Verso una psicologia psicologia dell’essere*, Ubaldini, Roma 1971
- Markus H.R. e Kitayama S., “Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion and Motivation”, in *Psychological Review*, 98 (1991), pp 541-554

- Mayer J.D., Mamberg, M.H. & Volanth, A.J., “Cognitive domains of the mood system”, in Journal of Personality, 1988, n. 56, 453-486
- Morin E., “Il metodo. Ordine, disordine organizzazione”, Carrocci, Roma 1998
- Morin E., “La conoscenza della conoscenza”, Feltrinelli, Milano 1989
- Morin E., “Sociologia della sociologia”, Ed. Lavoro, Roma 1985
- Patfoort P., “Costruire la nonviolenza”, Meridiana, Bari 1989
- Pert B. C., “Molecole di emozioni. Il perché delle emozioni”, Corbaccio, Milano 2000
- Privette G., “Peak Experience, Peak Performance and Flow: A Comparative Analysis of Positive Human Experiences”, in Journal of Personality and Social Psychology, Vol.45, 1983, pg1361-1368
- Redfield J., Adrienne C., “Guida alla profezia di Celestino”, Corbaccio, Milano 1995
- Reich W., “La funzione dell’orgasmo”, Sugar, Milano 1969
- Rosenberg M., “Les mots sont des fenetres”, Syros, Parigi 1999
- Rossi B., “Pedagogia degli affetti”, Laterza, Milano 2002
- Sapio A., “La formazione alla relazione empatica in psicologia sociale per la trasformazione dei conflitti: l’approccio con metodo-training, in Cheli E. (a cura di), “La comunicazione come antidoto ai conflitti”, Punto di fuga editore, Cagliari 2003
- Scotto G., Arielli E., “I conflitti”, Bruno Mondadori 1998.
- Semelin J., Per uscire dalla violenza, EGA, Torino, 1985
- Schellembaum P., “La ferita dei non amati”, Edizioni RED, Novara, 1991

- Stone H., Stone S., “Tu ed io. Incontro, scontro e crescita nella relazione interpersonale”, M.I.R. edizioni, Montespertoli, Firenze, 2003
- Strayer J. et al., “Childrens empathy and role-taking: child parental factors, and relations to prosocial behavior”. Journal of Applied Developmental Psychology, (1989) 10, 227-239
- Tsai J.L., Levenson R.W., “Cultural Influences on Emotional Responding: Chinese American and European Dating Couples During Interpersonal Conflict”, in Journal of Cross-Cultural Psychology, 28 (1997), pp 600-625.
- Watzlawick P., “Il linguaggio del cambiamento”, Feltrinelli, Milano 1980
- Watzlawick P., Beavin J., Jackson D.D., “Pragmatica della comunicazione umana”, Astrolabio, Roma 1971

SITOGRAFIA

- Bartolozzi E., “Come funziona il cervello”, 2005, in www.infopsiche.htm
- www.psychclassics.yorku.ca
- www.trinstitute.org/ojpcr

mediaemozione

Il titolo del presente volume, “mediaemozione”, è un esplicito riferimento all’intima connessione esistente tra le dimensioni intra-psichica e psico-sociale nelle quali viene a maturare lo sviluppo della personalità e la costruzione di nuovi modelli mentali che sono alla base dell’attività relazionale dell’uomo contemporaneo: da un lato, l’essenziale contributo derivante da una positiva relazione con se stessi e con le proprie emozioni, nella traccia di un soddisfacente sviluppo della propria soggettività, dall’altro, l’apporto a livello sociale dei media quali agenzie di socializzazione primaria in larga misura condivise.

ILARIA BUCCIONI. Docente di Teoria e Tecnica dell’educazione comunicativo - relazionale presso l’Università degli Studi di Siena. Si occupa di ricerca e coordina del progetto CO.R.EM della stessa Università. Formatrice e Counselor Relazionale, progettista e coordinatrice di percorsi formativi per Enti Pubblici e scuole; tiene corsi sull’educazione comunicativo-relazionale per adulti e ragazzi. E’ autrice di “Cultura della pace e gestione dei conflitti interpersonali” (ed. Arakne 2005), “Qualità della vita nei luoghi di lavoro” (ed Comune di Firenze, 2005) “Relazionarsi oggi” (ed Comune di Firenze, 2004), “Benessere nelle organizzazioni” (in corso di stampa ISPESL). E’ socio fondatore dell’Associazione Nazionale Counselor Relazionali (ANCoRe) e Presidente della sezione Toscana.

MASSIMILIANO DE LUCA Laureato nelle discipline della comunicazione, Educatore, Counselor Relazionale, già co-docente di sociologia della comunicazione presso l’Università degli Studi di Firenze, attualmente ricopre l’incarico di Funzionario delle Politiche Sociali della Provincia di Firenze e svolge attività di formazione in ambito socio-relazionale. In qualità di scrittore e pubblicitista è autore, tra gli altri, dei saggi “Psicopatologia e arte” (Firenze, 2000), “La ristrutturazione cognitiva attraverso la scrittura come Arte-terapia” (Firenze, 2001), dei romanzi “Le stelle sul soffitto” (La Strada Editrice, 1997), “Sotto gli occhi” (La Strada Editrice, 1998). E’ socio fondatore dell’Associazione Nazionale Counselor Relazionali (ANCoRe) e vice Presidente della sezione Toscana.

mediaemozione