



Corso di Psicologia delle emozioni

a.a.2022/2023

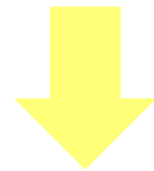
Docenti: Carlotta Acconito

*International Research Center for Cognitive Applied Neuroscience (IrcCAN)
Research Unit in Affective and Social Neuroscience
Dipartimento di Psicologia
Università Cattolica del Sacro Cuore - Milano*



1. Emozioni digitali: social network

L'introduzione dei social media, dei siti di social network e dei blog, ha portato ad un profondo cambiamento nella modalità di trasmissione delle informazioni, che variano a seconda del tipo di *social network* utilizzato e delle caratteristiche dell'utente



Cambiamento nella comunicazione e trasmissione delle informazioni emotive



1. Emozioni digitali: social network



https://www.youtube.com/watch?v=A_k_cFUCw5g



1. Emozioni digitali: social network

Richiamo maggiore dell'attenzione degli utenti



La lettura di un messaggio connotato emotivamente aumenta il focus dei processi attentivi, influenzando i meccanismi di diffusione o contagio emotivo

Reciprocità, partecipazione e condivisione sociale



La condivisione di messaggi emotivi, specie positivi, produce un effetto positivo nei destinatari, rafforzando il senso di condivisione e incoraggiando una partecipazione continua

Maggiore attivazione fisiologica degli utenti

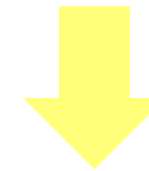


Gli utenti rilevano le emozioni tramite segnali verbali comuni (parole emotive) e segnali paralinguistici non verbali (emoticon) → attivazioni simili a quelle della vita reale

Influenzamento dei meccanismi di feedback



L'utilizzo di un linguaggio emotivo porta a ricevere un maggior numero di feedback



Engagement emotivo

https://www.youtube.com/watch?v=gcRwjTt_2ms



2. Emozioni digitali: videogames

Nell'esperienza dei **giochi online o videogames** le emozioni sono fondamentali

- la maggior parte dei giocatori sperimenta reali esperienze di piacevolezza e apprezzamento, anche in relazione alla presenza di emozioni negative presenti nel gioco
- le emozioni possono essere evocate da vari comportamenti interattivi e non interattivi (es. perdita subita, attaccamento al personaggio, agentività esperita come ricordi personali)

Nei serious game le esperienze di gioco emozionalmente impegnative hanno maggior potere di stimolare la riflessione, sensibilizzando a problemi del mondo reale e facilitando comportamenti prosociali

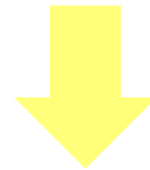


Potenziale dei videogiochi nel fornire esperienze emozionanti e stimolanti



3. Algoritmi digitali per le emozioni

Il **riconoscimento delle emozioni mediante algoritmi** rappresenta un compito difficile, dal momento che la funzione di riconoscimento coinvolge molteplici competenze, tra cui risposte comportamentali, modificazioni psicologiche e modificazioni cognitive



MEMO: tentativo di creazione di un database in grado di contenere i parametri più salienti per la classificazione delle emozioni → *parametri multimodali (EEG), emodinamici (fNIRS) e autonomici* a seguito dell'utilizzo di stimoli visivi derivanti dallo IAPS (International Affective Picture System)

4. Riconoscimento emotivo digitale

Lo sviluppo degli smartphone ha aperto la possibilità di sviluppare **sistemi in grado di riconoscere** ed elaborare gli stati affettivi in tempo reale e i comportamenti ad essi associati, in termini di reazioni fisiche e neurofisiologiche o mentali.

Misure self-report per informazioni soggettive

Smartphone per fornire feedback e training

Biosensori per cambiamenti fisiologici

Social Network per approfondire il ruolo del contesto



4. Riconoscimento emotivo digitale

Affective computing

Il continuo sviluppo di forme di rilevamento pervasivo dei vari parametri tipici delle emozioni ha portato alla nascita di nuove aree di ricerca, tra le quali ***l' affective computing***

Ramo specifico dell'**intelligenza artificiale** che si propone di realizzare calcolatori **in grado di riconoscere** ed esprimere emozioni tramite un flusso continuo di dati (*espressioni facciali, tono della voce, comportamento, reazioni fisiologiche*) che riflettono lo stato emotivo del soggetto

Rilevamento, tramite strumenti pervasivi come sensori, telefoni

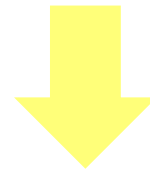
Analisi, in termini di riconoscimento emotivo e visualizzazione

Applicazione, promuovendo salute e benessere degli individui

<https://www.youtube.com/watch?v=B3QXRbkJwSA>
<https://www.youtube.com/watch?v=bgp44dzWmdo>

5. Mediatizzazione

Gli sviluppi nelle tecnologie dei media favoriscono non solo lo scambio di informazioni, ma anche una condivisione emotiva a livello globale, portando alla cosiddetta **«cultura della affetti digitali»** tramite i processi di mediatizzazione, che si focalizzano sull'interconnessione tra media e vita sociale.



Nel mondo globale e digitalizzato le emozioni sono viste come **flussi affettivi di grande potere e normativi**, in grado di modellare la costruzione e l'espressione emotiva a livello planetario

5. Mediatizzazione

Cultura commemorativa digitale

Gli eventi globali che illustrano situazioni di distruzione evocano atti spontanei di commemorazione online, in termini di **memoriali emotivi online** → la negoziazione culturale del dolore pubblico favorisce la costruzione di significati recuperabili nei memoriali

Livello micro



Uso dei social media su piccola scala per fini personali, in cui l'attenzione emozionale è verso l'interno e il focus locale (es. perdita personale)

Livello intermedio



I media digitali sono supporto per gruppi di individui emotivamente accomunati da un tema specifico (es. lutto dei genitori)

Livello macro



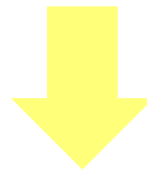
Uso dei social media su grande scala, comportando flussi emotivi globalizzati tramite discorsi e immagini (es. vittime di attacchi terroristici)

6. Nativi digitali

Data la popolazione italiana di 60,5 milioni, ci sono **80,4 milioni di numeri di cellulare attivi** (il 133% della popolazione).

Ogni italiano spende **in media 6 ore al giorno su Internet e quasi 2 ore sui social network.**

Il 99% dei ragazzi tra i 19 e i 24 anni possiede uno smartphone.



Qual è l'impatto dell'uso continuativo dei media digitali sulle nuove generazioni, i "nativi digitali"?

<https://www.youtube.com/watch?v=aXV-yaFmQNk>

6. Nativi digitali

Chi e quanti sono

Le diverse generazioni oltre a capitalizzare le opportunità e gli strumenti di quelle precedenti, si differenziano tra loro per la disponibilità di una nuova interfaccia e per la creazione di nuove «pratiche» ad essa collegate:

- **Generazione Text** (interfaccia testuale) → uso di e-mail, chat e Sms come strumento avanzato di comunicazione e raccoglie al suo interno i *nati dai primi anni '80*.
- **Generazione Web** (interfaccia Web) → uso del «World-Wide Web» (Www o Web) come strumento di accesso multimediale all'informazione e raccoglie invece al suo interno *i nati dalla fine degli anni '80*

6. Nativi digitali

Chi e quanti sono

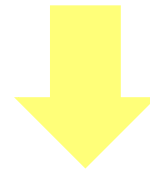
Le diverse generazioni oltre a capitalizzare le opportunità e gli strumenti di quelle precedenti, si differenziano tra loro per la disponibilità di una nuova interfaccia e per la creazione di nuove «pratiche» ad essa collegate:

- **Generazione Social Media** (interfaccia Web 2.0) → uso del Web 2.0 come strumento espressivo e relazionale e raccoglie al suo interno *i nati dalla fine degli anni '90*
- **Generazione Touch** (interfaccia touch) → uso dell'interazione da smartphone e tablet. Anche se la nascita e lo sviluppo di dispositivi touch risale all'inizio degli anni '90, l'accesso diffuso dei nativi digitali a questa tecnologia inizia *a partire dal Gennaio 2007*

6. Nativi digitali

Esistono veramente?

Non ci sono dubbi sul fatto che i giovani italiani usino i nuovi media: **l'Italia è leader in Europa per il numero di smartphone tra i giovani**, con un penetrazione che raggiunge **l'80% nella fascia d'età 19/24** anni. Lo stesso vale per il mondo dei social media: **Il 90% dei giovani sotto i trent'anni si connette a internet** - l'84% tutti i giorni, il 74% per almeno un'ora al giorno - e il 75% è iscritto a Facebook.



Il ricercatore americano Mark Prensky ha introdotto **il termine «nativo digitale»**, **contrapponendolo a quello di «immigrato digitale»**: i nativi digitali, a differenza degli immigrati, sono tutti «madrelingua» del linguaggio digitale dei computer, video games e internet.

Essere nativi digitali non è una questione generazionale ma di capacità: è possibile essere nativi digitali anche a sessant'anni, così come si può non essere nativi digitali a vent'anni.

6. Nativi digitali

Il ruolo delle emozioni

I nuovi media, attraverso la progressiva trasformazione dei contenuti mediali da messaggi a esperienze, sono in grado di **modificare in maniera rilevante le emozioni provate dai nativi digitali** e stanno diventando uno dei «luoghi» preferiti per farlo.

Tuttavia, **l'interazione mediata sostituisce la fisicità del corpo con quella del medium** con due importanti effetti che possono danneggiare il nativo digitale:

1. le emozioni generate dai media sono «disincarnate» - sono nel mio corpo ma non vengono dal mio corpo, le sento io ma non sono mie – portando il nativo digitale a preferire emozioni forti e controllate, piuttosto che a scegliere di mettersi in gioco con il rischio di provare qualcosa che non vuole sentire
2. Impedendo in alcuni casi di attivare i meccanismi di neuroni specchio, rendono il nativo digitale meno in grado di gestire le proprie emozioni e di riconoscere quelle altrui

6. Nativi digitali

Il ruolo delle emozioni: caso studio

Passare ore davanti a uno schermo elettronico potrebbe rendere più difficile la comprensione delle emozioni altrui → gruppo di ricercatori dell'UCLA, che hanno studiato la capacità di leggere le emozioni umane di un centinaio di bambini di 11 anni. Ciò è stato fatto tramite due test.

Nel primo, ai bambini sono state presentate 48 fotografie raffiguranti volti di persone che esprimevano emozioni di diverso tipo e con diversa intensità. Ciascuna foto veniva mostrata per due secondi, dopodiché i bambini dovevano segnare su un foglio l'emozione che avevano identificato nell'immagine.

Il secondo test consisteva in dieci video nei quali erano rappresentate delle scene di vita quotidiana, prive però di contenuto verbale. Dopo aver visto ciascun video, ai partecipanti veniva chiesto di giudicare lo stato emotivo degli attori.

6. Nativi digitali

Il ruolo delle emozioni: caso studio

Questi test sono stati effettuati su due gruppi di bambini, sia all'inizio sia alla fine dello studio. Un gruppo di bambini aveva passato i cinque giorni precedenti al test in un campo naturale e scientifico nel quale non era concesso l'uso di televisione, computer e smartphone, e i loro risultati sono stati confrontati con quelli ottenuti da un altro gruppo di coetanei provenienti dalla stessa scuola, che in quei cinque giorni erano rimasti nel loro ambiente abituale.

Privi di apparecchi elettronici, i bambini del primo gruppo si sono dedicati per cinque giorni a varie attività ricche di opportunità di interazioni personali dirette e ciò ha migliorato in maniera significativa la loro capacità di lettura emotiva rispetto ai loro coetanei rimasti a scuola, che hanno passato in media quattro ore e mezza al giorno davanti a uno schermo elettronico, sia nel test delle fotografie sia in quello dei video.

→ il legame fra un ambiente saturato di media elettronici e una minore capacità di intuire le emozioni umane è innegabile

7. Emozioni, Relazioni e Apprendimento

Cambiamenti nell'era digitale

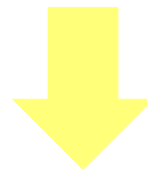
Si pensi alle differenze tra un bambino nato oggi e uno nato 50-60 anni fa. Il cervello di questi due bambini è diverso nello sviluppo, perché è qui che sono cambiate le cose, ma il **nativo digitale è ancora un homo sapiens**.

- Un bambino di 3 anni, 50 anni fa, era attratto da certi rumori, ad esempio le pentole adoperate dalla mamma in cucina vs oggi viene più attratto dalla tv, perché il cervello umano è attratto dallo stimolo più intrigante e interessante.
- 40-50 anni fa nonni e genitori raccontavano ai bambini delle fiabe vs oggi, solo l'8% del mondo degli educatori lo fa → Il bambino di allora ascoltava, sviluppava la propria capacità di ascolto, di gestione delle emozioni e della paura, un'immaginazione creativa, ma anche l'attesa, la gestione del tempo. Oggi un bambino di 6 anni non ascolta fiabe, tuttavia, seguendo la TV o internet, alcune capacità cognitive non si sviluppano, ma altre sì: la memoria, la ricerca viso-spaziale e altre funzioni
- All'ingresso a scuola: un bambino di 50 anni fa, nell'accostarsi a un maestro era abituato a sentire un adulto parlare vs oggi, non essendoci più questa consuetudine, un ragazzino entra a scuola per trovarvi un insegnante che gli parla per 6 ore, senza che possa "spegnerlo" o "cambiare canale", cosa che però rientra nello stile cognitivo del bambino!

7. Emozioni, Relazioni e Apprendimento

Cambiamenti nell'era digitale

- 10,11, 12 anni, alle scuole medie, nella preadolescenza, i ragazzi si avvicinano ad alcune tematiche: sessualità, amore, emozioni. Un tempo, magari all'oratorio, un ragazzino poteva incontrare qualcuno da cui rimaneva colpito, provava a parlarci, cercava di instaurare una relazione ed era faticoso vs Oggi c'è uno strumento come facebook (ovvero "catalogo") per cui è assai facile "sfogliare" il catalogo e vedere che fa un ragazzo: viene meno la mediazione data dal tempo, ma anche l'approccio alla sessualità: basta scrivere una parola come ad esempio "mele" su google e vi troverete il mondo → L'accesso alla sessualità è assai più facile per non dire della scuola.
- Per scrivere la vostra tesi, avrete dovuto prendere un treno, girare per delle biblioteche, scrivere vs oggi tutto ciò non serve più, c'è tutto in internet, la fatica viene meno e si passa al più facile "copia e incolla".

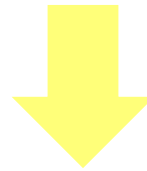


A cosa portano tutti questi cambiamenti?

7. Emozioni, Relazioni e Apprendimento

Apprendimento nell'era digitale

- La generazione di oggi è **meno predisposta all'ascolto e al confronto**, all'esame orale i ragazzi vanno molto in difficoltà, sono più propensi a scriversi piuttosto che a parlarsi, passano ore su social networks, giochi on line, ecc. Per giunta, nella loro scrittura ordinaria internet e gli SMS hanno portato le abbreviazioni, ma hanno modificato anche la struttura logica del testo.
- Tuttavia, la loro **capacità di orientarsi nello spazio digitale è immenso** rispetto alla nostra, hanno sviluppato un'abilità di learning by doing e sono abilissimi nel multitasking → *Il ragazzino che oggi studia ascoltando l'I-pod, si concentra egualmente perché l'attenzione è un'abilità cognitiva importante e le ricerche ci dicono che il multitasking non implica scarsa attenzione, anche se questo va insegnato e moderato.*



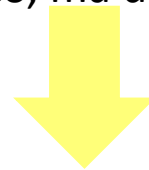
Ter opzioni di insegnamento

1. negare il digitale a scuola
2. trasferire tutta la didattica nella tecnologia
3. una strada più equilibrata di integrazione: non possiamo chiedere ai ragazzi di non fare cose che fanno nella loro quotidianità → la scuola ha una mission educativa per cui deve sviluppare tutte le attività cognitive dei ragazzi.

7. Emozioni, Relazioni e Apprendimento

Emozioni nell'era digitale

- I ragazzi di oggi non vedono nell'insegnante una figura autoritaria-autorevole come un tempo, né la famiglia vi contribuisce. Un tempo la didattica si fondava sulla trasmissione orale, la trasmissione del sapere era diretta → Se il ragazzino capisce che, dal punto di vista cognitivo, il **concetto di autorità** sta nella rete non posso combattere arrabbiandomi con lui, ma devo iniziare a far capire che quanto si trova in internet può essere sbagliato e che internet non è uno strumento ma un ambiente, una struttura generata da infinità di connessioni virtuali, mentre la memoria lo è.
- Il passo successivo è far capire che bisogna **introdurvi delle regole**: mentre un tempo un'intera rete sociale, magari anche sbagliando modalità, sosteneva una persona anoressica dicendogli che l'anoressia andava combattuta, oggi in internet quella stessa persona troverà centinaia di migliaia di contatti di soggetti come lui che sosterranno che a sbagliare sono gli altri (è tragico, ma dal punto di vista cognitivo ha ragione lui).



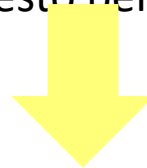
Quanto manca oggi è la trasmissione del valore della relazione → Quelli che facebook chiama "friends" non lo sono, sono contatti; ciò che chiamiamo conoscenza su internet non lo è, è informazione ... il problema non è facebook ma come lo si utilizza e il fatto che nessuno educa ragazzi caratterizzati da stili cognitivi e di apprendimento tanto diversi dai nostri.

7. Emozioni, Relazioni e Apprendimento

Emozioni nell'era digitale

- La costruzione dell'**identità** è sempre in movimento, ma oggi ne abbiamo **anche una digitale**, che non va contrapposta a quella concreta.

L'identità digitale non viene costruita solo da noi, ma anche da quello che gli altri dicono di noi, così che gli altri si fanno un'idea di noi senza conoscerci → Anche nella didattica c'è una variazione: al manuale si contrappongono i materiali che troviamo in rete – l'archivio storico di un quotidiano, ad esempio – che incidono sulla percezione della verità. Oggi si lancia senza riguardi una notizia apparsa in facebook e questa diviene vera, nessuno ne verifica la fondatezza. Questo perché manca il senso critico



All'insegnante oggi spetta soprattutto favorire lo sviluppo del senso critico, interessa sviluppare le competenze per arrivare al contenuto, per orientarsi nella mole di informazioni che si trovano nella rete.

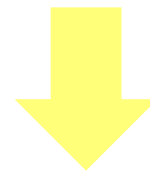
- Un altro **problema è quello relativo alla memoria**: o piuttosto alle capacità di attenzione, perché la prima è legata alla seconda. Se la mia attenzione si disperde, la mia memorizzazione scarseggia → per lavorare su questa, occorre far ricorso alle emozioni. Per far sì che non si usi il cellulare in classe, basta ricorrere a un esempio per far capire che quando questo avvenga, l'insegnante ci rimane male, come un amico che non ci ascolta perché sta contemporaneamente utilizzando il telefonino.

8. Community digitali

Perché nascono

Il concetto di **comunità** (community in inglese) fonda le proprie basi nell'antropologia in quanto l'essere umano, come animale sociale, per evolversi e sopravvivere ha bisogno di imparare, scambiare informazioni e relazioni con il suo prossimo.

L'estensione di questo fenomeno si sviluppa quindi fin dalle prime interazioni tra essere umani, quando le persone dapprima comunicavano con i gesti, per poi iniziare ad utilizzare veri e propri codici di linguaggio che ad oggi chiamiamo "lingue di comunicazione".



Negli ultimi anni al concetto di comunità si è aggiunta anche una sua **declinazione "digitale"**, essendosi creati dei veri e propri ritrovi virtuali nei quali le interazioni tra i membri possono avere luogo → consapevolezza, che non vi è bisogno di essere vicini per sentirsi appartenenti a qualcosa: **Community online** per condividere le proprie esperienze:

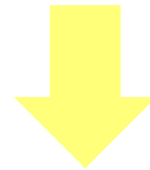
- connotazione positiva: riguarda i successi personali (allora il gruppo sarà pronto a elogiarci)
- connotazione negativa: nel caso di insuccessi il gruppo fornirà conforto e sostegno

8. Community digitali

Cosa sono

Sui Social Media nascono **Community dedicate a svariati temi**, dove le persone si scambiano opinioni e informazioni, discutono, si informano e si divertono.

Seppur siano spazi in continuo mutamento, **il core della Community rimane essere sempre l'interesse** (oppure passione quando il coinvolgimento è più forte) per un determinato argomento.



Esistono le comunità sociali di svariate tipologie, ad esempio organizzate per:

- credenze religiose (persone che si riuniscono per pregare, organizzare eventi e viaggi a tema religioso ecc.)
- ideologie politiche (persone che si interessano di attualità, elezioni, leggi ecc.)
- passioni sportive (persone che tifano la stessa squadra o a cui piacciono gli stessi sport)
- hobby (possono essere davvero infiniti: dalla cucina alla floricoltura, dal canto alla pesca)
- fasce d'età (persone nate negli stessi anni, spesso nostalgiche della loro infanzia)

8. Community digitali

Emozioni nelle community

L'elemento che caratterizza il nucleo della community è il «**commitment**» (Mowday et al. 1979): traducibile in italiano come «dedizione» e vuole sottolineare la volontà di raggiungere l'obiettivo che il gruppo si è prefigurato e che viene perseguito attraverso comportamenti attivi che servono a mantenere lo status di membro.

A livello inconscio, il sentimento che determina il commitment è il **guilt** (i.e. senso di colpa) che nasce nel momento in cui si viola la norma di reciprocità (Li and Dant 1997).

Secondo questa norma il consumatore percepisce lo sforzo che l'azienda fa per mantenere vivo il legame esistente tra loro e quanto più lo considera grande, tanto più si sentirà in debito. Il senso di colpa che ne deriva, spinge l'utente della community a impegnarsi all'interno del gruppo integrando contenuti e mostrando comportamenti positivi.

8. Community digitali

Emozioni nelle community

È possibile individuare i quattro fattori chiave (Kim, Choi, Qualls, Han, 2008) che facilitano il commitment:

- 1. Il supporto dei membri:** fondamentale per mantenere vivo lo spirito del gruppo
- 2. I valori della community:** i valori e significati simbolici costituiscono gli elementi fondanti e rappresentano il motivo principale per cui l'utente vi è accesso. Un soggetto che si riconosce in anche uno solo dei valori della community se ne sentirà naturalmente attratto e farà probabilmente suoi anche tutti gli altri.
- 3. Il contributo dei membri:** importanti per dare una forma ed un contenuto alla community. Una community online risulterà tanto più attraente se vi è una rete attiva di membri che vi pubblicano notizie e informazioni, condividendo esperienze personali
- 4. La libertà di espressione:** un utente si sente coinvolto se sa che le sue idee e i suoi apporti sono utili all'intera comunità

8. Community digitali

Esempio: VeraLab

Per comprendere il vero valore del microcosmo delle Community, studiamo insieme un interessante case history: "Estetista Cinica" e del suo brand VeraLab → in due mesi (2020) ha fatturato 9 milioni



<https://www.youtube.com/watch?v=CBaDQI-C2RI>
<https://www.youtube.com/watch?v=-6LMLTq4HzY>

8. Community digitali

Esempio: VeraLab

Ma cosa ha permesso un successo così grande? La risposta è semplice: le “Fagiane”, ovvero la sua Community.

Tutto ha inizio dalle prime vignette dove tale Estetista Cinica rappresentava proprio un'estetista che comunicava alle sue clienti, in modo sprezzante ma ironico, come funziona veramente il mondo del beauty. Un nuovo modo di informare finalizzato a sfatare i miti utopici delle donne, e adatto per incontrare il gradimento di quella fetta di mercato rappresentata dalle donne normali che, fin da subito, hanno infatti apprezzato la schiettezza e il porsi al loro stesso livello.

L'Estetista Cinica continua la sua crescita proponendo i suoi prodotti sull'e-commerce (e non solo) cercando di portare l'alta qualità del prodotto ad un prezzo quantomeno normale per le sue clienti.

8. Community digitali

Esempio: VeraLab

Ma chi è l'Estetista Cinica? Si chiama Cristina Fogazzi e ogni giorno identifica e guida la sua Community di Fagiane, facendo attività di mentoring tramite le stories dei canali Social con i suoi mini-tutorial sui prodotti e la loro composizione, mettendosi a disposizione per spiegare in modo professionale come questi funzionano e sgridando, con cinica ironia, chi li usa in modo scorretto.

Il coinvolgimento emotivo è quindi la sua chiave: le sue follower si fanno promotrici del marchio e interagiscono con lei quasi come fossero amiche, partecipano della sua vita quotidiana, condividendo le avventure del suo cane Otto e di Ignazio, lo spedizioniere dei prodotti "cinici".

Un gioco vero e proprio di storytelling, che però parla chiaro in fatto di numeri.

Nel 2015 dalla vendita dei suoi prodotti, VeraLab, ha fatturato circa 30 mila euro, passando nell'anno successivo a 147 mila euro, nel 2017 a 980 mila euro, nel 2018 a 6,8 milioni e nel 2019 a quasi 29 milioni. Nel periodo della quarantena, dove molte aziende hanno riscontrato difficoltà, tra marzo e aprile l'Estetista Cinica acquista ancora più successo arrivando a 9 milioni di fatturato, e nei quattro mesi d'inizio del 2020 ben 13 milioni di fatturato

9. Impatto emotivo online

Le caratteristiche di uno stimolo determinano la **maggiore o minore probabilità che lo stimolo ha di suscitare una certa emozione** con un certo livello di intensità → valutazione dell'impatto emotivo



9. Impatto emotivo online

La comunicazione sociale vuole **indurre/persuadere le persone ad agire**, a fare qualcosa, a modificare un comportamento.

Utilizza a questo scopo immagini ad alto impatto emotivo che possano suscitare diverse tipologie di emozioni nei fruitori per «sfruttare la loro reazione emotiva»

Due diverse tipologie:

Il primo tipo si rivolge a individui che necessitano aiuto (alcolisti, donne maltrattate, ecc.) oppure a persone vulnerabili rispetto alla salute o altre problematiche (fumatori, cancro al seno, ecc.)

Il secondo tipo ha lo scopo di rivolgersi al pubblico per aiutare gli altri, ad esempio donando il loro tempo o denaro per una causa (raccolta fondi per l'Africa, donare il sangue, ecc.).

9. Impatto emotivo online

Primo video

INDUZIONE DELLA PAURA (fear appeal) → L'emozione della paura utilizzata come:

- Motivatore all'azione (cfr. modelli e teorie precedenti: rilevanza per il sé, minaccia)
- Modello della motivazione ad auto-protegersi: viene presentato il pericolo che può riguardare **DIRETTAMENTE** chi guarda

Con "***fear appeal***" si intende l'utilizzo di una minaccia e della risposta emotiva di paura che ne consegue a scopo persuasivo: si enfatizzano cioè in maniera molto forte e spesso scioccante le conseguenze negative di comportamenti dannosi o inappropriati al fine di motivare gli individui a modificare tali comportamenti.

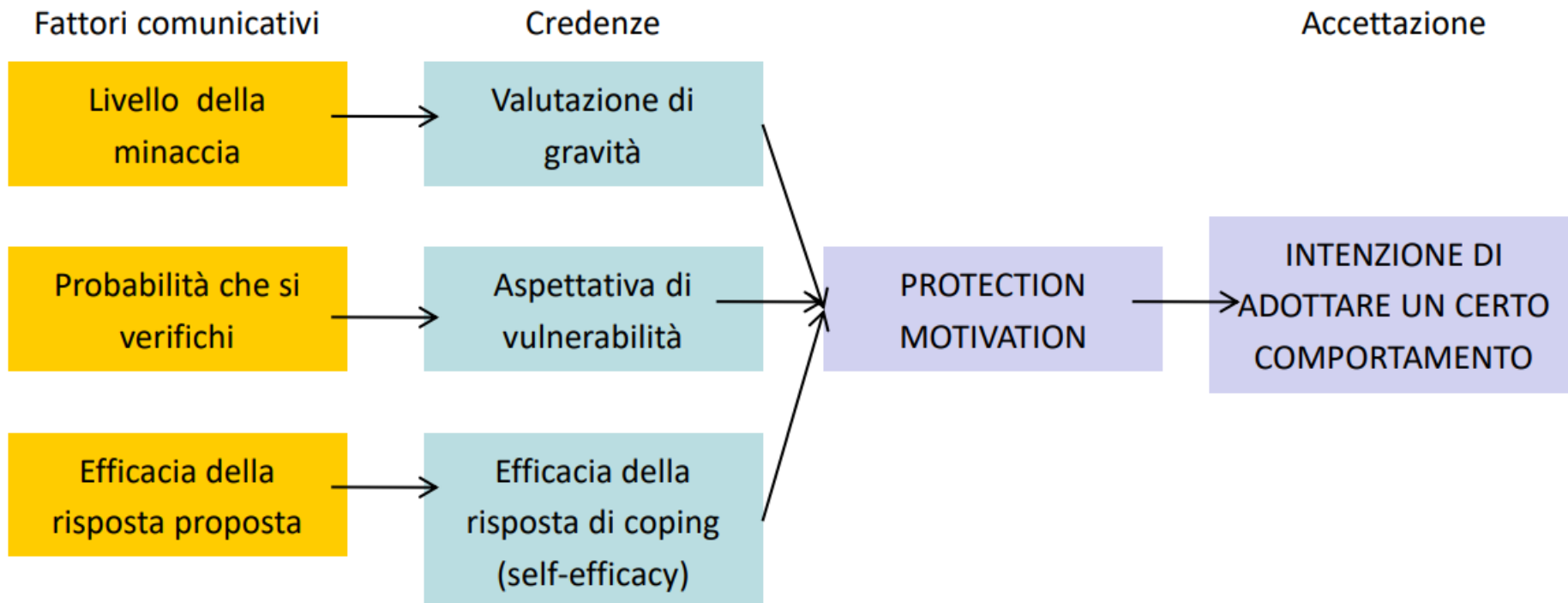
Due componenti fondamentali:

- **MINACCIA**
- **RACCOMANDAZIONE**

9. Impatto emotivo online

Primo video - Teoria della Motivazione alla Protezione

Uno tra i principali modelli teorici sul fear appeal è la **Teoria della Motivazione alla Protezione** (Rogers, 1983) → Modello che spiega l'efficacia dell'appello alla paura nella modificazione dei comportamenti delle persone per la salute: essi sono controllati da processi di appraisal cognitivo (gravità, probabilità, suscettibilità, ecc.)

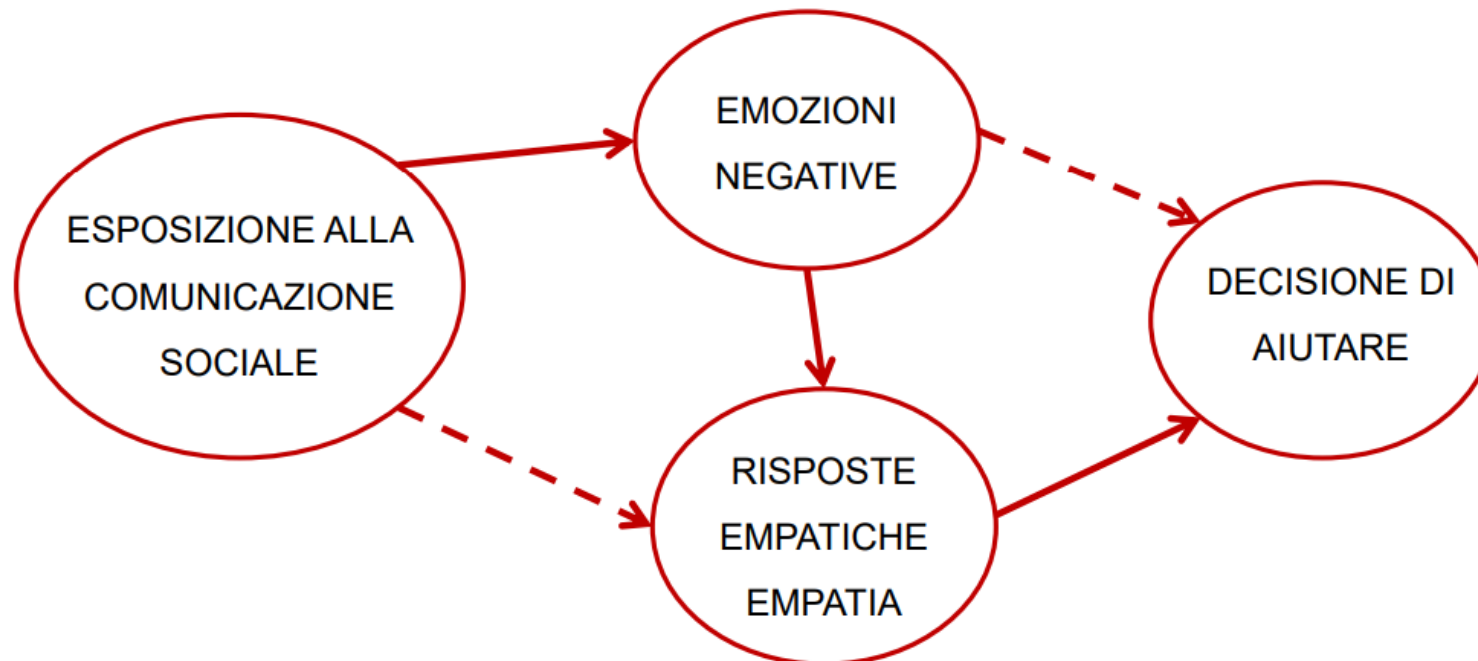


9. Impatto emotivo online

Secondo video

L'uso di stratagemmi grafici, sensazionali ed emotivamente impattanti è un tema controverso (es. campagna anoressia Toscani):

- Se l'emozione negativa è troppo intensa, si ottiene l'effetto opposto?
- Attenzione momentanea o effetti a lungo termine?



9. Impatto emotivo online

Strumenti

Al fine di valutare l'impatto emotivo di uno stimolo è possibile utilizzare diversi questionari:

- **Self Assessment Manikin (SAM)**
- **Differenziale semantico**
- **Positive and Negative Affect Schedule (PANAS)**

9. Impatto emotivo online

Strumenti - SAM

Il **SAM** è uno **strumento grafico**, disponibile sia in versione carta e matita che computerizzata, universalmente comprensibile in quanto utilizza delle **figure che permettono la valutazione di due dimensioni (arousal e valenza) lungo una scala che varia da 1 a 5 punti**, e aiuta la scelta in base all'espressione raffigurata dalla figura.

- L' arousal indica l' *impatto provato* nel vedere il video.

Questa dimensione è valutata tramite figure che passano da rilassata e calma, ad una eccitata e molto attivata.

- La valenza, invece, indica il *livello di negatività-positività* provata nel vedere il video.

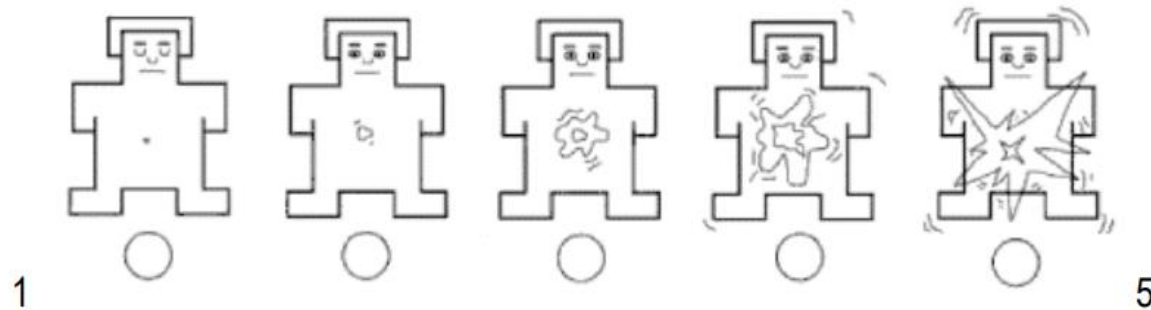
Questa dimensione è valutata tramite figure che passano da una figura accigliata e triste, ad una sorridente e felice.

9. Impatto emotivo online

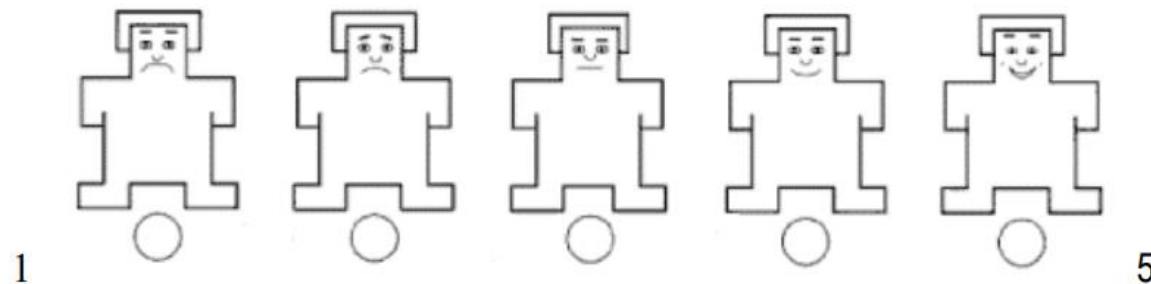
Strumenti - SAM

Le chiediamo ora di fare una valutazione di alcuni video pubblicitari che verranno sottoposti alla sua attenzione. Per ogni video che le verrà mostrato, dovrà indicare un punteggio sulla scala utilizzata a seconda della domanda presentata.

1b) Indicare su una scala da 1 a 5 il livello di impatto provato da te nel vedere il video mostrato, con 1 = basso impatto e 5 = alto impatto.



1c) Indicare su una scala da 1 a 5 il livello di negatività-positività provata da te nel vedere il video mostrato, con 1 = molto negativa e 5 = molto positiva.



9. Impatto emotivo online

Strumenti – Differenziale semantico

Il **differenziale semantico** deriva dagli studi psicolinguistici di Charles Osgood e coll. (1957) ed è una tecnica di **rilevazione dei significati**.

Tale tecnica non si basa sulla descrizione soggettiva e diretta del significato da parte dell'intervistato ma sulle associazioni che egli instaura tra ciascun concetto ed altri proposti in maniera standardizzata.

Consiste quindi in un **concetto da valutare in una serie di aggettivi contrapposti** (scala auto-ancorante), separati da una scala grafica.

Questa tecnica consente quindi di **misurare il significato “affettivo”** di stimoli o concetti attraverso una connotazione di tipo emotivo.

9. Impatto emotivo online

Strumenti – Differenziale semantico

Per ciascuna coppia di aggettivi opposti che troverà di seguito, le si chiede di scegliere quale dei due poli sia maggiormente rappresentativo del suo giudizio nei confronti di ogni spot appena visionato. Una volta selezionato l'aggettivo, le chiediamo di marcare con una crocetta il grado in cui descrive il suo reale pensiero a riguardo. Usi il cerchio centrale solo nel caso in cui nessuno dei due aggettivi si riveli descrittivo del suo parere o per indicare una situazione di neutralità

| | | | | | | | | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|
| Comprensibile | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Incomprensibile |
| Familiare | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Non familiare |
| Emozionante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Insignificante |
| Coinvolgente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Noioso |
| Gioioso | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Triste |
| Motivante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Demotivante |
| Piacevole | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Spiacevole |

9. Impatto emotivo online

Strumenti - PANAS

Il **PANAS** (Watson et al., 1988) è uno degli strumenti più utilizzati per **valutare gli stati affettivi positivi e negativi** e misura due dimensioni distinte e indipendenti:

- l'affetto positivo
- l'affetto negativo

Il questionario è composto da 20 aggettivi, 10 per la scala di affetto positivo (PA) e 10 per la scala di affetto negativo (NA).

La sottoscala PA riflette il grado in cui una persona si sente entusiasta, attiva e determinata; la sottoscala NA fa riferimento ad alcuni stati spiacevoli generali come la rabbia, la colpa e la paura.

9. Impatto emotivo online

Strumenti - PANAS

Utilizzando la scala di punteggi riportata di seguito, indica in ciascuno spazio libero quanto generalmente ti senti nei seguenti modi:

| 1----- | 2----- | 3----- | 4----- | 5 |
|---------------------|--------|----------------------|--------|---------------------|
| Per niente | | abbastanza | | molto |
| _____ Interessato/a | | _____ Ostile | | _____ Nervoso/a |
| _____ Angosciato/a | | _____ Entusiasta | | _____ Concentrato/a |
| _____ Eccitato/a | | _____ Orgoglioso/a | | _____ Determinato/a |
| _____ Turbato/a | | _____ Irritabile | | _____ Agitato/a |
| _____ Forte | | _____ Attento/a | | _____ Attivo/a |
| _____ Colpevole | | _____ Provo vergogna | | _____ Impaurito/a |
| _____ Spaventato/a | | _____ Ispirato/a | | |

10. Regolazione emotiva

Il concetto di impatto emotivo è strettamente collegato a quello di **regolazione emotiva**.

Tale termine, nello specifico, è la capacità di monitorare, valutare e modulare le proprie reazioni emotive, siano esse positive o negative.

- Esistono *innumerevoli strategie di regolazione* e controllo delle emozioni, con la tendenza da parte di un individuo a ricorrere a un certo numero di strategie preferenziali che costituiscono il suo “stile”.

Strategie diverse hanno un diverso impatto su benessere, salute, funzionamento sociale, e possono quindi essere più o meno adattive.

- E' quindi *possibile valutare il “profilo” di ciascun individuo* e la sua maggiore o minore funzionalità. Tale valutazione può risultare utile e funzionale a un empowerment di stili e strategie in contesti in cui l'individuo si trova quotidianamente confrontato con situazioni/eventi ad alto impatto emotivo.

10. Regolazione emotiva

Il concetto di impatto emotivo è strettamente collegato a quello di **regolazione emotiva**.
Tale termine, nello specifico, è la capacità di monitorare, valutare e modulare le proprie reazioni emotive, siano esse positive o negative.

- *Il processo attraverso cui gli individui sono in grado di influenzare le emozioni che provano, quando le provano, e il modo in cui le esprimono e le vivono (Gross, 1998; 2002)*
- *Comprende una varietà di processi che mirano ad attenuare, amplificare o mantenere la forza di una reazione emotiva (Davidson, 1998)*
- *Il processo attraverso cui si dà inizio, si evita, si inibisce, si mantiene, o si modula il verificarsi, la forma, l'intensità o la durata di stati emotivi interni, di processi emotivi di natura fisiologica, attenzionale, motivazionale e/o i comportamenti espressivi concomitanti a un'emozione" (Eisenberg)*

10. Regolazione emotiva

Esistono innumerevoli strategie di regolazione e controllo delle emozioni, con la tendenza da parte di un individuo a ricorrere a un certo numero di strategie preferenziali che costituiscono il suo “stile”. Strategie diverse hanno un diverso impatto su benessere, salute, funzionamento sociale, e possono quindi essere più o meno adattive.

E' quindi possibile valutare il “profilo” di ciascun individuo e la sua maggiore o minore funzionalità. Tale valutazione può risultare utile e funzionale a un empowerment di stili e strategie in contesti in cui l'individuo si trova quotidianamente confrontato con situazioni/eventi ad alto impatto emotivo.

- **Emotion Regulation Questionnaire (ERQ)**
- **Balanced Emotional Empathy Scale (BEES)**
- **Interpersonal Reactivity Index (IRI)**

10. Regolazione emotiva

Strumenti - ERQ

L'ERQ consiste in un questionario self-report per la **valutazione delle capacità di regolazione emotiva degli individui**.

Misura la tendenza a rivalutare cognitivamente le proprie emozioni e la soppressione espressiva degli stati emotivi.

Il questionario è *composto da 10 item*. Nello specifico, 6 valutano il Cognitive Reappraisal e 4 l'Expressive Suppression.

Ognuno degli item rappresenta un'affermazione con la quale una persona può essere in accordo o in disaccordo. Prevede una modalità di risposta su scala Likert a 7 punti (1= totalmente non d'accordo/7= totalmente d'accordo).

10. Regolazione emotiva

Strumenti - BEES

La scala BEES misura la **componente emozionale dell'empatia**.

Consente la valutazione del potenziale empatico di un individuo in contesti di formazione, orientamento e selezione

La scala è *composta da 30 item*.

Ognuno degli item rappresenta un'affermazione con la quale una persona può essere in accordo o in disaccordo.

Prevede una modalità di risposta su scala Likert a 7 punti (1= per nulla/7= de tutto). Gli item restituiscono un punteggio totale e 5 punteggi in aree specifiche:

1. *Impermeabilità al contagio da stati emotivi interni*
2. *Suscettibilità al contagio da stati emotivi interni*
3. *Responsività emotiva diffusa*
4. *Suscettibilità al contagio da situazioni-stimolo con contatto del soggetto*
5. *Tendenza a non farsi coinvolgere da condizioni di soggetti fragili*

10. Regolazione emotiva

Strumenti - IRI

L'IRI consiste in uno strumento di **valutazione multidimensionale delle competenze empatiche**.

Il questionario è *composto da 28 item*.

Vengono riportate una lista di affermazioni che si possono riferire a se stessi. Per ciascuna affermazione, il soggetto deve indicare il grado con cui l'affermazione descrive un aspetto del suo comportamento.

Prevede una modalità di risposta su scala Likert a 4 punti (0= mai vero/4= sempre vero). Il questionario valuta quattro scale, ognuna composta da 7 item:

1. *Perspective taking*
2. *Fantasy*
3. *Empatic concern*
4. *Personal distress*

Queste sotto-scale consentono di indagare le componenti affettive e quelle cognitive dell'empatia

10. Regolazione emotiva

Strumenti - ERQ

Tocca a voi!
PROVIAMO



10. Regolazione emotiva

Strumenti - ERQ

Nel seguente questionario Le verranno poste alcune domande riguardanti il ruolo delle emozioni nella sua vita, in particolare, come Le gestisce.

Il questionario coinvolge due aspetti distinti del suo vissuto emotivo. Il primo è l'esperienza di ciò che vive e prova. Il secondo riguarda il modo in cui esprime le sue emozioni, come le mostra quando parla, gesticola o si comporta in generale.

Nonostante alcune delle seguenti domande appaiano simili l'una all'altra, differiscono in modo importante.

Per ogni domanda, Le chiediamo di rispondere usando la scala qui riportata:

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|-----------------|---|---|---------------------------------|
| Totalmente NON d'accordo | | | Neutrale | | | Totalmente d'accordo |

10. Regolazione emotiva

Strumenti - ERQ

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|-----------------|---|---|---------------------------------|
| Totalmente NON d'accordo | | | Neutrale | | | Totalmente d'accordo |

1. Per sentirmi meglio (ad esempio, felice/contento/solleurato/di buon umore), cerco di guardare le cose da una prospettiva diversa.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

2. Tengo i miei sentimenti per me.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

3. Per non starci male (ad esempio, essere triste/in collera/di cattivo umore), cerco di guardare le cose da una prospettiva diversa.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

4. Quando sono contento/felice, cerco di non farlo notare.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

5. Quando devo affrontare una situazione difficile, cerco di considerarla da una prospettiva che mi aiuti a stare calmo/calma.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

10. Regolazione emotiva

Strumenti - ERQ

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|-----------------|---|---|---------------------------------|
| Totalmente NON d'accordo | | | Neutrale | | | Totalmente d'accordo |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 6. Contollo le mie emozioni non esprimendole. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 7. Cambiare il modo di pensare ad una situazione, mi aiuta a sentirmi meglio. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8. Cerco di controllare i miei sentimenti provando a cambiare il modo di considerare la situazione in cui mi trovo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 9. Se provo sentimenti negativi, faccio attenzione a non esprimerli. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 10. Cambiare il modo di pensare ad una situazione, mi aiuta a non starci male. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

10. Regolazione emotiva

Strumenti - ERQ

SCORING

| | | | | | | |
|-------------------------|---|---|---|---|---|----|
| Rivalutazione cognitiva | 1 | 3 | 5 | 7 | 8 | 10 |
| Soppressione espressiva | 2 | 4 | 6 | 9 | | |

10. Regolazione emotiva

Strumenti - ERQ

RIVALUTAZIONE COGNITIVA → L'atto di rivalutare i propri pensieri in risposta a una situazione stressante: si tratta di individuare quanto sia stata accurata o razionale la propria risposta o, in alcuni casi, di determinare la reale importanza di un fattore di stress o se valga la pena di reagire.

Un uso della rivalutazione cognitiva è all'interno del processo della Terapia Razionale Emotiva (REBT). La REBT prevede che si faccia un passo indietro (metaforicamente) e si veda un "evento attivante" in modo emotivamente più distaccato.

Esaminando da vicino le proprie risposte mentali (che in genere avvengono di riflesso), si possono valutare l'emozione che ne deriva, il comportamento e l'esito di tale comportamento rispetto all'obiettivo (obiettivo emotivo o situazionale). Quando il risultato non è quello desiderato, si identificano modi alternativi di pensare e comportarsi e si possono apportare cambiamenti produttivi.

SOPPRESSIONE ESPRESSIVA → La soppressione è simile alla repressione, ma presenta alcune sottili differenze. Nella repressione la persona "inconsapevolmente" spinge fuori dalla coscienza ricordi, azioni, ecc. dolorosi o difficili. La soppressione, invece, è un'esclusione "consapevole" (o "spinta" verso il basso) di questi ricordi dolorosi, pensieri, ecc. In questo modo, controlliamo gli impulsi in modo consapevole e non inconsapevole.