

Istituto Superiore di Sanità



DARAT – Dipartimento Ambiente / Reparto Ambiente & Traumi



L'INTIMIDAZIONE NELLA COMUNICAZIONE DEL RISCHIO (FEAR APPEALS)

Sabina Cedri

Reparto Ambiente e Traumi

Dipartimento Ambiente e connessa Prevenzione Primaria



Evento "Incidente"

Prevenzione



Interventi tecnici,
legislativi, economici,
di controllo ecc.



Cambiamento di
comportamento



Persuasione



LA COMUNICAZIONE NELLA PREVENZIONE

Locale:

Comunale
Provinciale
Regionale
ASL

Nazionale

COMUNICAZIONE INDIRECTA (DI MASSA):

Spot (tv/radio)
Manifesti
Opuscoli
Dépliant
Lettere

COMUNICAZIONE DIRETTA (interpersonale):

A singoli (es. genitori)

A gruppi (es. scuole, centri anziani, centri sportivi)

COMUNICAZIONE INDIRECTA

TESTO

Nella comunicazione indiretta, c'è sempre un testo che fa da tramite tra emittente e destinatario del messaggio





Ente organizzatore dell'intervento di prevenzione

(EMITTENTE)

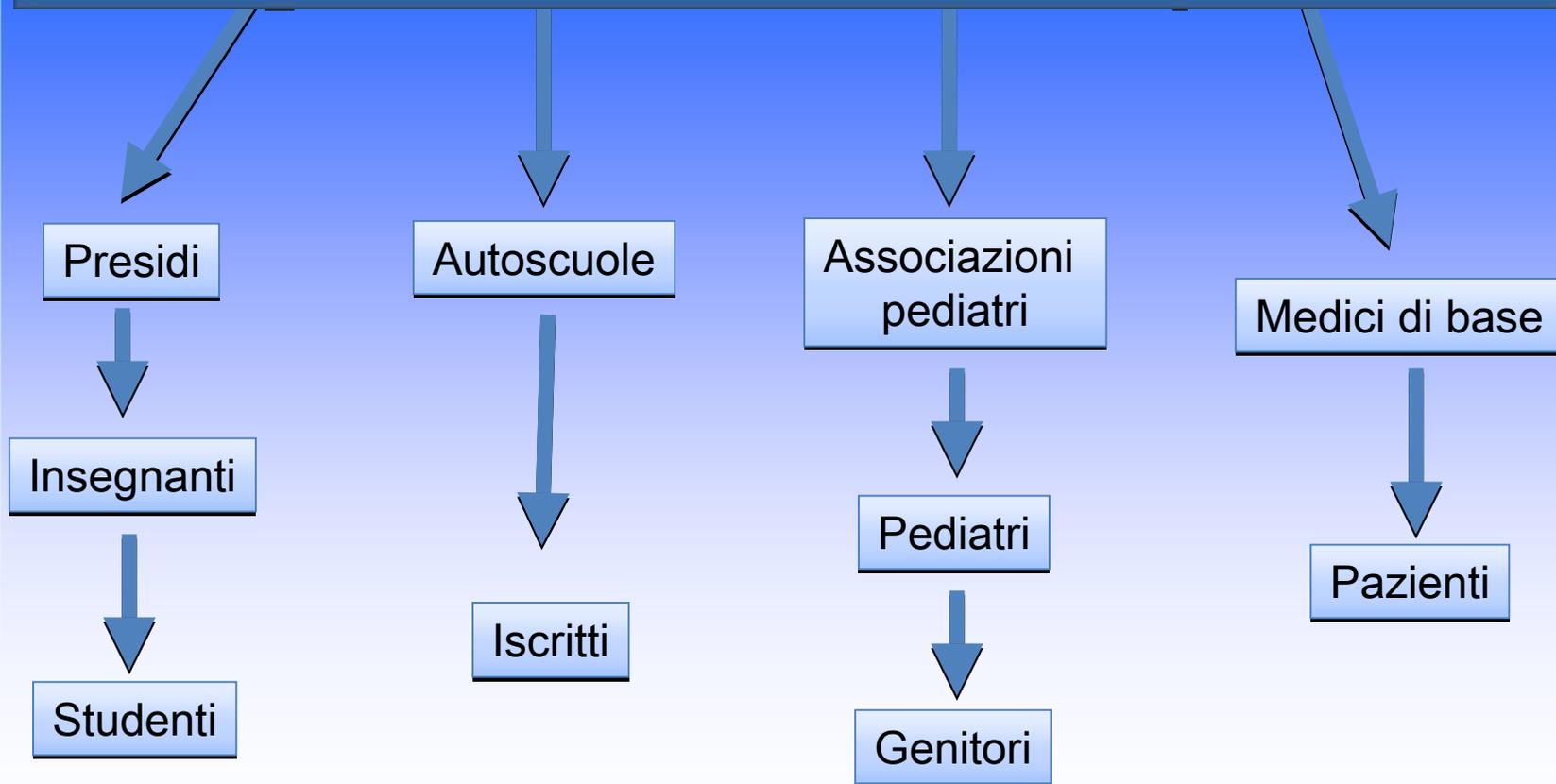
TESTO



Target



Ente organizzatore dell'intervento di prevenzione





NELLA PREVENZIONE DEL RISCHIO, OGNI VOLTA CHE LA PERSUASIONE VIENE AFFIDATA AD UN TESTO, SI PONE IL PROBLEMA DI "COME" COMUNICARE CIO' CHE SI VUOLE DIRE.

SIN DAI PRIMI MESSAGGI SULLA COMUNICAZIONE SOCIALE IN AMBITO PREVENTIVO SI E' PENSATO CHE, PER MODIFICARE LA PERCEZIONE DEL RISCHIO NEI SOGGETTI DESTINATARI DELLA COMUNICAZIONE, SI DOVESSE FAR RICORSO ALL'INTIMIDAZIONE



Istituto Superiore di Sanità

Sabina Cedri

Dipartimento Ambiente e connessa Prevenzione Primaria

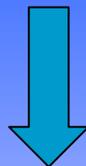
COS'È UN FEAR APPEAL?



Un messaggio elaborato con la intenzione, da parte dell'emittente, di suscitare timore o paura nel destinatario.

MESSAGGI INTIMIDATORI

(Fear appeals)



Contengono rappresentazioni visive e/o verbali che mostrano, in maniera più o meno realistica, le conseguenze negative dell'aver seguito i comportamenti a rischio.



I FEAR APPEALS VANNO DA CASI ESTREMI CON IMMAGINI CON DESCRIZIONI VIVIDE DELLE CONSEGUENZE DI UN INCIDENTE E QUINDI SCENE CON VEICOLI DISTRUTTI, PERSONE ANCHE GRAVEMENTE FERITE O MORTE AD ALTRI MESSAGGI CHE FANNO UN USO DELLA PAURA PIU' SOFISTICATO E MENO DIRETTO, UTILIZZANDO ALTRE SCENE PAROLE O COMUNQUE ATTRAVERSO LA METAFORA, RISPETTO AL CONTESTO VERO E PROPRIO DELL'INCIDENTE.

SONO MESSAGGI CHE CHE RIMANDANO COMUNQUE ALLA MORTE O AD ALTRI PERICOLI CONSEGUENTI ALL'INCIDENTE: L'IMMAGINE DI UNA LAPIDE IN UN CIMITERO, IL CORPO DI UN GIOVANE SUL LETTINO DELL'OBITORIO, LA SEDIA A ROTELLE CHE RICORDA LA POSSIBILITA' DI RIMANERE PER SEMPRE DISABILI. OPPURE, ANCORA MENO DIRETTAMENTE, I SEGNI DI UNA BRUSCA FRENATA SULL'ASFALTO, L'IMMAGINE DI UN BICCHIERE DI VINO CHE VA AD INFRANGERSI, METAFORA DELL'INCIDENTE STRADALE CAUSATO DALLA GUIDA IN STATO DI EBREZZA.

IN REALTA', QUANDO SI PARLA DI MESSAGGIO INTIMIDATORIO SI INTENDE UNA TIPOLOGIA DI COMUNICAZIONI IN REALTA' MOLTO DIFFERENTI TRA DI LORO, IL CUI INTENTO E' PERO' IN OGNI CASO QUELLO DI SUSCITARE TIMORE, PAURA O ADDIRITTURA TERRORE NEL DESTINATARIO.



In realtà, tutti i messaggi relativi alla prevenzione degli incidenti stradali sono messaggi negativi.



MODELLI TEORICI CHE SPIEGANO LA RICEZIONE DEI FEAR APPEAL

DRIVE MODEL

Dollar e Miller, 1950





MODELLI TEORICI

DRIVE MODEL

Howland, Janis e Kelley (1953)

L'efficacia dei fear appeal dipende da due prerequisiti:

1. La paura deve essere indotta nel destinatario

2. La raccomandazione e la sua realizzazione anticipata devono portare ad una riduzione della paura

FEAR INDUCTION
FEAR REDUCTION



DRIVE MODEL

Ogni reazione che porta ad una riduzione della paura è rinforzata

Dà per scontato che la paura sia indotta nel destinatario

Dà per scontato che l'unico modo per ridurre la tensione sia una risposta adattiva (coping)



DRIVE MODEL

Induzione della
paura

+

Raccomandazione
percepita come
efficace

=

Riduzione
della paura



Modello curvilineare

McGuire, 1978



Janis e Feshbach (1953)

**Il maggior cambiamento di atteggiamento si
aveva
con messaggi con il minimo livello di paura**

**Medio e alto livello di intimidazione =
mancanza
di attenzione e reazioni difensive**



MODELLI TEORICI

Modello curvilineare McGuire, 1978

Relazione curvilineare tra paura
suscitata ed effetto persuasivo





Modello curvilineare

Conferme e disconferme empiriche parziali del modello

Difficoltà a misurare il livello di paura in un messaggio

Il picco dell'efficacia ottimale della paura si trova a differenti livelli per ciascun soggetto

Mito della validità del modello della U invertita



Istituto Superiore di Sanità

Sabina Cedri

Dipartimento Ambiente e connessa Prevenzione Primaria

MODELLI TEORICI

MODELLO DELLE RISPOSTE PARALLELE

Leventhal – 1970

La paura non causa l'effetto persuasivo,
ma è solo associata ad esso, in forma
parallela

FA



**1. Processo di controllo
del pericolo**

*Attraverso
comportamenti
raccomandati*

**2. Processo di controllo
della paura**

*Serve a ridurre le
sensazioni spiacevoli tramite
reazioni difensive*



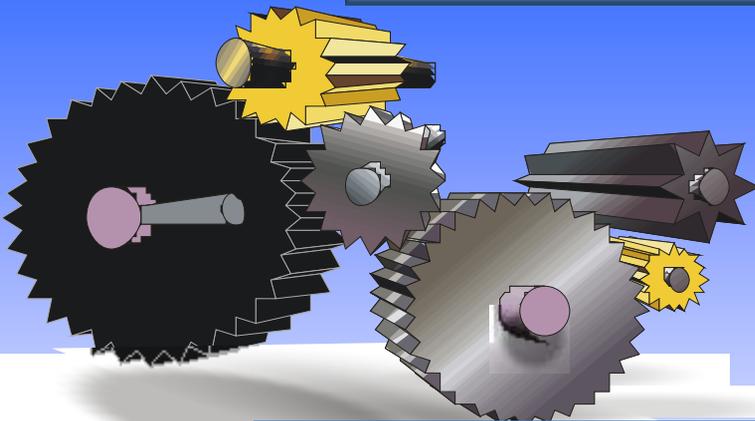
Istituto Superiore di Sanità

Sabina Cedri

Dipartimento Ambiente e connessa Prevenzione Primaria

MODELLI TEORICI

MODELLO DELLE RISPOSTE PARALLELE



Nel MRP, è la conoscenza che media l'emozione e non viceversa



MODELLO DELLE RISPOSTE PARALLELE

**Differenze individuali come
l'autostima possono essere
significative.**



Istituto Superiore di Sanità

Sabina Cedri

Dipartimento Ambiente e connessa Prevenzione Primaria

MODELLI TEORICI

TEORIA DELLA MOTIVAZIONE ALLA PROTEZIONE (PMT)

Rogers – 1975 e 1983

Componenti dei messaggi persuasivi





TEORIA DELLA MOTIVAZIONE ALLA PROTEZIONE (PMT)

Componenti dei messaggi persuasivi

- a. Gravità del danno
- b. Probabilità di occorrenza della minaccia
- c. Efficacia della risposta raccomandata
- d. Stimolazione dell'auto-efficacia



TEORIA DELLA MOTIVAZIONE ALLA PROTEZIONE (PMT)

Queste componenti dei messaggi portano ai “mediatori cognitivi”
o percezioni corrispondenti, ovvero:

Mediatori cognitivi

- a. Percezione della gravità del danno
- b. Percezione della probabilità di occorrenza della minaccia (vulnerabilità)
- c. Percezione dell'efficacia della risposta raccomandata
- d. Auto-efficacia percepita



TEORIA DELLA MOTIVAZIONE ALLA PROTEZIONE (PMT)

1a versione - 1975

Quando nel messaggio vengono attivati alti livelli di a, b, c e d, allora viene stimolata la motivazione alla protezione, causando cambiamenti nei comportamenti di protezione del sé.

Perciò, la PMT afferma che la motivazione alla protezione è suscitata dai processi cognitivi che mediano il messaggio.



TEORIA DELLA MOTIVAZIONE ALLA PROTEZIONE (PMT)

2a versione - 1983

1. **Valutazione disadattiva della minaccia**
2. **Valutazione delle strategie di coping (o adattiva)**



TEORIA DELLA MOTIVAZIONE ALLA PROTEZIONE (PMT)

2a versione - 1983

1. Valutazione disadattiva della minaccia

Vulnerabilità e gravità sono influenzate dal premio (beneficio) che viene dall'adottare il comportamento pericoloso.

Beneficio > pericolo



Non adozione del comportamento consigliato



TEORIA DELLA MOTIVAZIONE ALLA PROTEZIONE (PMT)

2a versione - 1983

2. Valutazione delle strategie di coping (adattive)

Efficacia della risposta e auto-efficacia sono più forti dei costi di adozione del comportamento raccomandato, perciò il soggetto si impegna in risposte adattive che proteggono il sé

Comportamento sicuro > costi



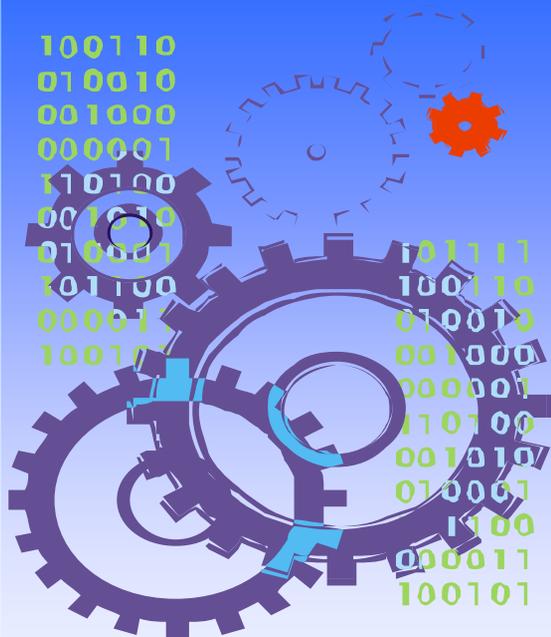
Protezione del sé

MODELLI TEORICI

MODELLO ESTESO DEI PROCESSI PARALLELI

Witte – 1992

1. Valutazione della minaccia
2. Valutazione dell'efficacia delle risposte raccomandate





MODELLO ESTESO DEI PROCESSI PARALLELI

Witte – 1992

1. Valutazione della minaccia

La prima valutazione cognitiva riguarda la minaccia: quando si presenta un rischio per la salute, le persone prima pensano se sia rilevante (sensibilità percepita) e poi se sia grave (gravità percepita). Se la minaccia è considerata irrilevante, le persone non elaborano ulteriori informazioni riguardo la minaccia, ignorano il pericolo e non reagiscono al messaggio. Se invece le persone valutano la minaccia e credono di essere vulnerabili, allora si impauriscono e sono motivate ad agire.



MODELLO ESTESO DEI PROCESSI PARALLELI

Witte – 1992

2. Valutazione dell'efficacia delle risposte raccomandate

A questo punto, le persone valutano l'efficacia delle risposte raccomandate: se gli individui credono di poter eseguire le risposte raccomandate (alta auto-efficacia percepita) e credono che le risposte raccomandate funzionino nell'allontanamento la minaccia (alta percezione dell'efficacia delle risposte raccomandate) allora le percezioni di minaccia e di efficacia stimolano a controllare il pericolo. Se invece gli individui dubitano della loro abilità di eseguire le risposte raccomandate (bassa auto-efficacia percepita) e/o dubitano che le risposte raccomandate allontanino realmente la minaccia allora si impegnano nel processo di controllo della paura (motivazione difensiva). Più forte è la minaccia percepita, più forte sarà la paura suscitata e più intensa sarà la motivazione ad agire.



MODELLO ESTESO DEI PROCESSI PARALLELI

Witte – 1992

Il messaggio sui rischi di salute è efficace quando le persone controllano il pericolo, quando cioè avviene un cambiamento negli atteggiamenti, nelle intenzioni e nei comportamenti, in linea con le raccomandazioni del messaggio.



Problemi metodologici degli studi sperimentali sui fear appeals relativi alla sicurezza stradale

- Argomenti presi in considerazione
- Soggetti partecipanti allo studio
- Variabili indipendenti
- Variabili dipendenti
- Tipo di sperimentazione
- Livelli di paura considerati
- Tipo di messaggio utilizzato