

SISSA - Trieste

A chi comunicare e perché

Nico Pitrelli

Corso di formazione “Comunicazione della scienza in
ambito sanitario”

Trieste, 18 Maggio 2011

La comunicazione della salute: considerazioni generali

- Rilevanza e diffusione su vecchi e nuovi media
- Il ruolo delle istituzioni
- La produzione in specifici ambiti operativi

La comunicazione della salute: fattori di novità

- Innovazione scientifica e tecnologica
- Evoluzione delle problematiche sanitarie
- Il ruolo del pubblico attivo

Obiettivo della lezione

- Comprendere **chi** sono i vostri interlocutori
- Avere chiaro **perché** comunicare

Struttura della lezione

- Prima parte: comprendere le opinioni e gli atteggiamenti pubblici nei confronti di scienza, tecnologia, medicina
- Seconda parte: comprendere i bisogni di informazione scientifica dei diversi pubblici
- Attività esercitative per entrambi le parti

La comunicazione: alla ricerca di una definizione

La comunicazione è la condivisione di significato tramite lo scambio di informazione

Manuel Castells, *Comunicazione e potere*, Università Bocconi Editore, p. 59

La comunicazione: tre grandi ambiti

- Intepersonale: *one-to-one*
- Di massa: *one-to-many*
- Di rete: *many-to-many*

Identificazione del tuo profilo

- La tua esperienza in attività comunicative
- Le caratteristiche dei pubblici
- L'interesse dei non-esperti nel tuo lavoro o nelle tue ricerche
- Perché sei stato coinvolto in attività di comunicazione

I tuoi pubblici: cosa bisogna conoscere

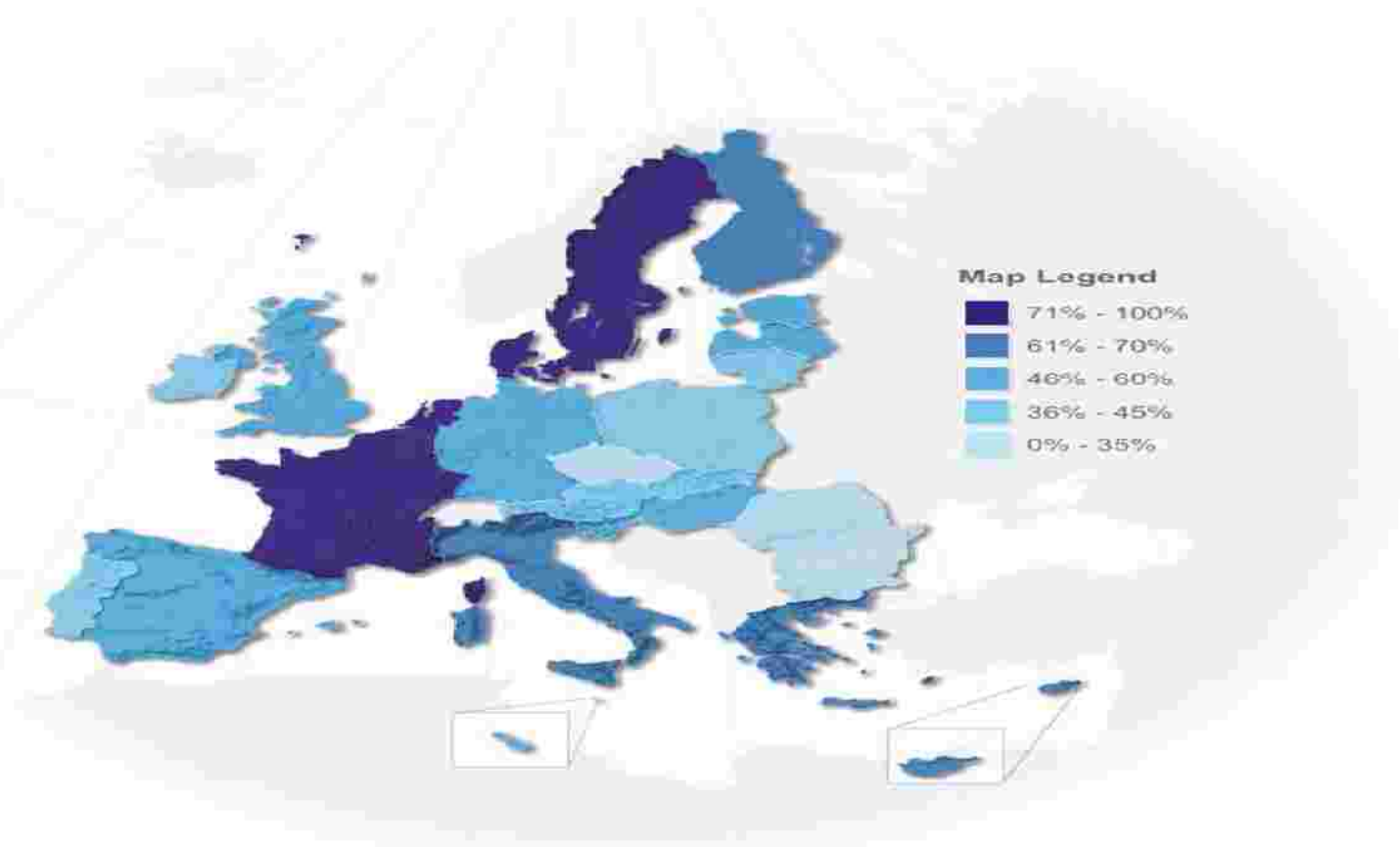
- Dimensioni, età, genere prevalente, passivo o attivo
- Livello educativo, background socio-economico
- Credenze religiose o ideologiche
- Conoscenze precedenti, atteggiamenti e opinioni nei confronti di scienza e tecnologia
- Familiarità con attività di comunicazione

Qualche risposta per il pubblico di massa

Question: QB2. Would you say that you are very interested, fairly interested, not very interested or not at all interested in scientific research...?

Answers: Very interested + Fairly interested

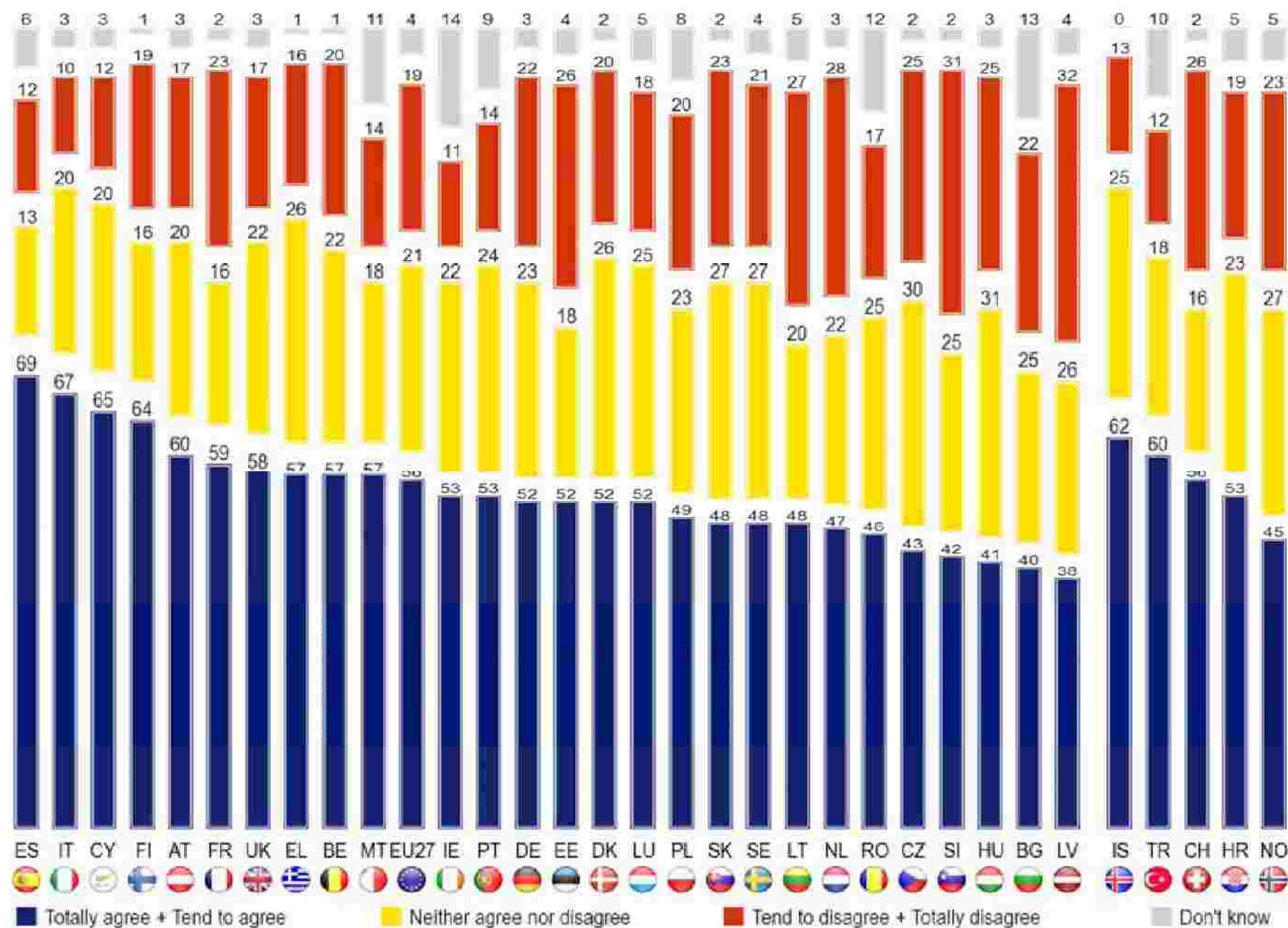
	Sweden	80%
	Denmark	79%
	France	79%
	Luxembourg	78%
	The Netherlands	73%
	Belgium	72%
	Finland	70%
	Cyprus	67%
	Greece	66%
	Italy	64%
	United Kingdom	60%
	Slovenia	60%
	European Union (27)	57%
	Germany	57%
	Estonia	53%
	Latvia	52%
	Hungary	50%
	Spain	48%
	Malta	47%
	Austria	42%
	Portugal	42%
	Ireland	41%
	Poland	40%
	Lithuania	38%
	Slovakia	37%
	Czech Republic	34%
	Romania	32%
	Bulgaria	24%



Source: European Commission, 2007. *Special Eurobarometer on Scientific Research in the Media*. Brussels: European Commission

QC7.10. I would like to read out some other statements. For each of them, please tell me how much you agree or disagree.

Most people think that science and technology are making their lives healthier



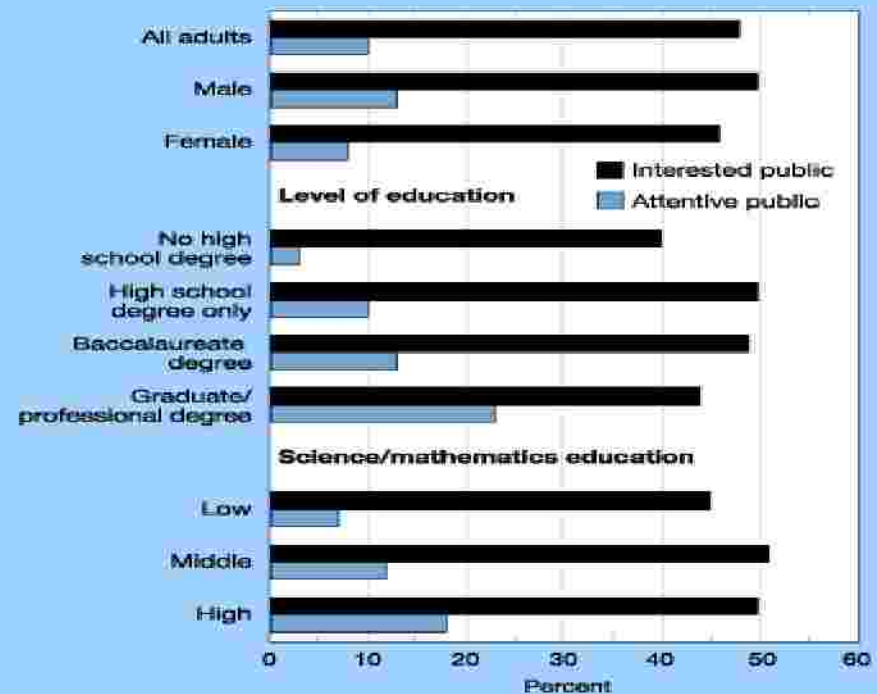
Pubblici di massa di S&T: cosa dice la ricerca sociale

- Differenze di genere
- Maggiore interesse dei giovani
- No relazione lineare tra alfabetizzazione e atteggiamenti
- Rapporto causale, forse, tra status socio-economico e apprezzamento

Tanti pubblici, di massa

- Pubblico : 15%
- Pubblico interessato: 10%
- Pubblico residuale: 75%

Figure 7-3.
Public attentiveness to science and technology issues, by sex and level of education: 2001



NOTES: "Attentive" public are people who (1) express high level of interest in a particular issue; (2) feel well informed about that issue, and (3) read a newspaper on a daily basis, read a weekly or monthly news magazine, or frequently read a magazine highly relevant to the issue. "Interested" public are people who express high level of interest in a particular issue but do not feel well informed about it. The attentive public for science and technology is a combination of the attentive public for new scientific discoveries and the attentive public for new inventions and technologies. Anyone who is not attentive to either of these issues, but who is a member of the interested public for at least one of these issues, is classified as a member of the interested public for science and technology. Survey respondents were classified as having a "high" level of science/mathematics education if they took nine or more high school and college math/science courses. They were classified as "middle" if they took six to eight such courses, and "low" if they took five or fewer.

See appendix table 7-8.

Science & Engineering Indicators – 2002

Audience di dimensioni limitate: fattori contestuali

- Esperienze personali
- Comunità locali vs esperti
- Il ruolo degli opinion leader o delle istituzioni locali
- I valori di specifici gruppi sociali

Le teorie della comunicazione di massa: quattro fasi

FASE

EFFETTI

PAROLA CHIAVE

Prima fase
1920-1940

Forti nel breve periodo

MANIPOLAZIONE

Seconda fase
1940-1960

Deboli nel breve periodo

INFLUENZA PERSONALE

Terza fase
1960-1980

Forti nel lungo periodo

EFFETTI CUMULATIVI

Quarta fase
1980-.....

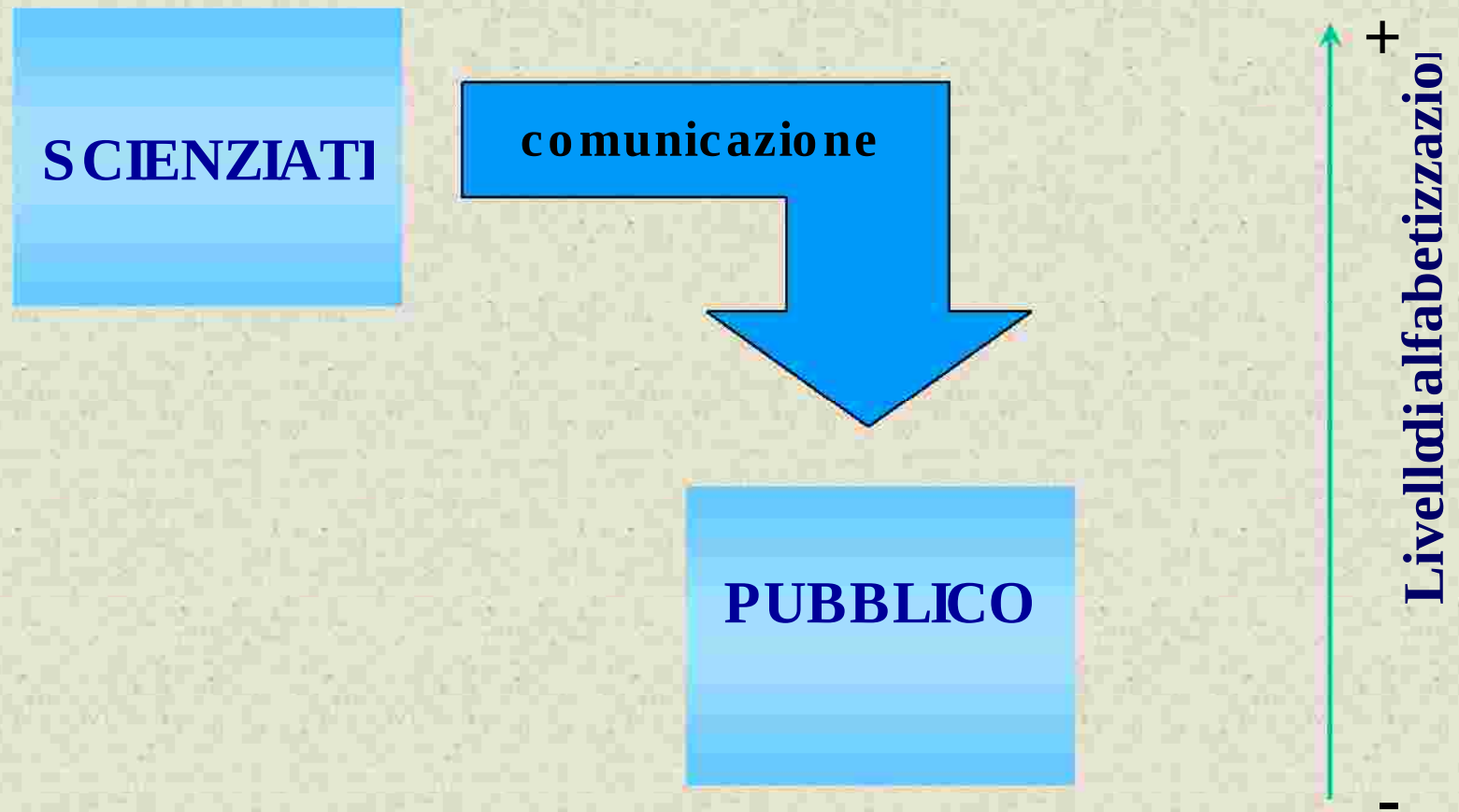
Deboli nel lungo periodo

INTERATTIVÀ

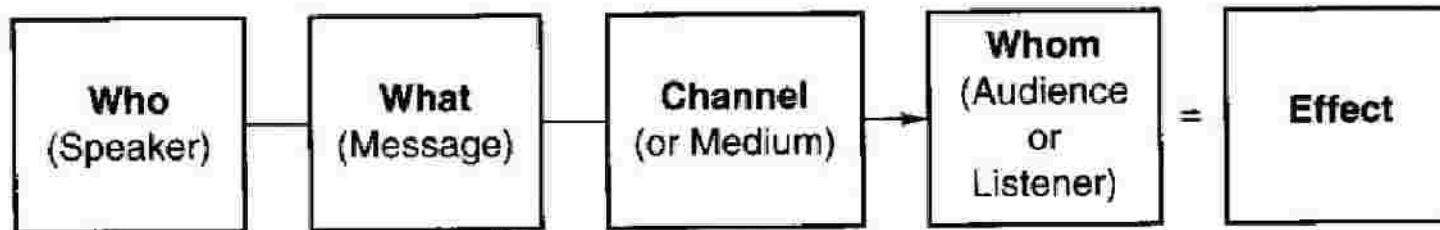
Tipologia degli effetti dei media



Modello top-down

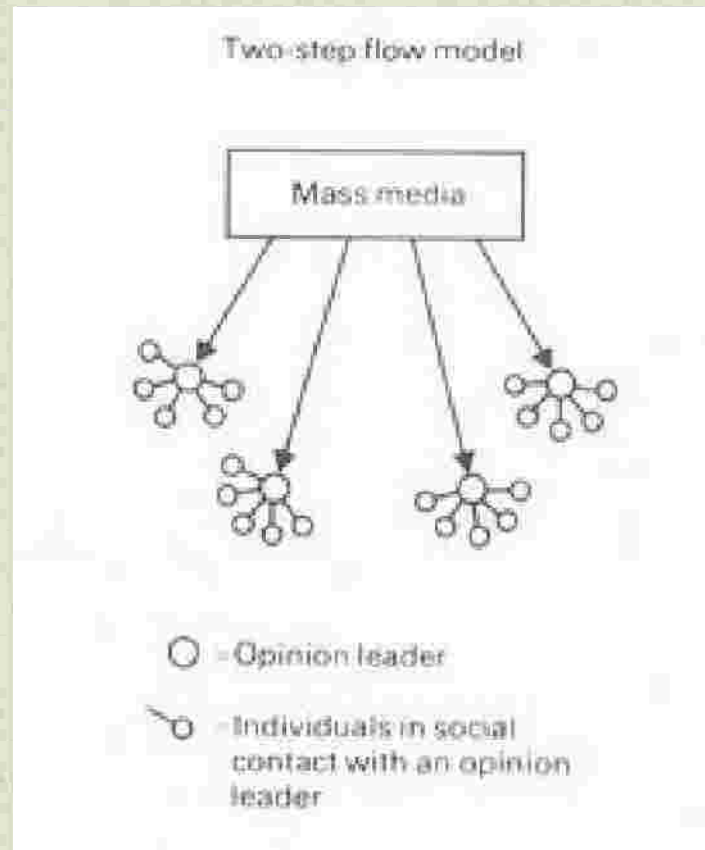


Il modello di Lasswell

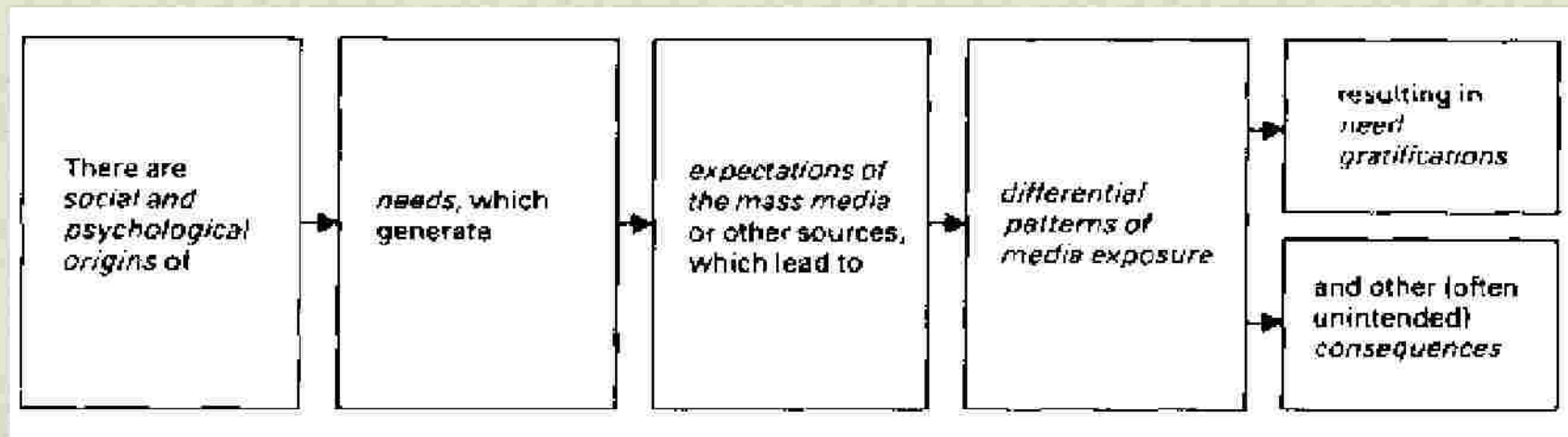


Lasswell's Model.

L'approccio empirico – sociologico: il flusso di comunicazione a due fasi



Il modello degli usi e delle gratificazioni



Bisogni diversi: evasione, socializzazione,
uso personale, controllo

Cornici mediatiche per la salute

- Cura delle malattie con le scoperte scientifiche
- Promozione del benessere
- Qualità della vita
- Prosperità economica
- Cittadinanza attiva
- Decisioni personali
- Cultura e pensiero contemporaneo

Conclusioni

- Chi è il tuo pubblico e perché vuoi comunicare
- Scegli la cornice che meglio si adatta ai bisogni