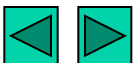


Gli strumenti per l'azione in Psicologia di Comunità



GLI STRUMENTI PER L'AZIONE

Dal livello individuale al macro-livello

- Counseling
- Mentoring
- Peer education
- Lavoro con le famiglie
- Gruppi di auto-mutuo aiuto (self-help)
- La ricerca-azione partecipativa
- Photovoice
- Focus group
- Consulenze ai politici/stake-holder

COUNSELING

intervento a livello individuale, con professionisti

Dall'inglese: to counsel, dal latino consulo-ere: confortare, venire in aiuto

Anche: consulto-are: consigliarsi, riflettere

Negli Stati Uniti: il termine utilizzato fin dagli anni '20, per l'orientamento professionale dei reduci

Dagli anni '50: definizione teorica dell'approccio.

Autore di riferimento: Carl Rogers

COUNSELING

Rottura con i modelli terapeutici -autoritari- di tipo comportamentistico o psicoanalitico.

FINI E CARATTERISTICHE

- Aiutare le persone in momenti di difficoltà o di transizione
- Approccio centrato sul/la cliente
- Riconoscimento del valore dell'esperienza individuale e dell'autonomia
- Promuovere una visione realistica di sé e dell'ambiente sociale in cui la persona si trova ad operare
- Promuovere la valorizzazione delle capacità individuali, nel rispetto dell'autonomia
- Nell'ambito di ricerca: colloquio non direttivo, tecnica del "rispecchiamento"

MENTORING:

intervento "indicato", a livello individuale, con non professionisti (relazione uno-a-uno)

Origini del termine: nell'Odissea, Mentore era l'amico fidato di Ulisse, che gli affida il figlio Telemaco per prepararlo al trono

Oggi: Modelli teorici di riferimento: Bandura, apprendimento sociale, modeling; sostegno sociale; risposta ai bisogni di affiliazione, di inclusione; importanza dell'informazione, della conoscenza delle regole

Tre aree di azione principali:

- Mondo del lavoro "Attività di formazione e integrazione aziendale effettuata affiancando lavoratori più esperti a quelli appena assunti" "trasmissione della cultura organizzativa"
- Scuola, università
- Bambini, giovani

FASI DI UN PROGETTO DI MENTORING

- Ideazione del progetto: analisi del contesto, "reclutamento" dei volontari, contatti con le organizzazioni
- Individuazione degli obiettivi specifici
- Formazione dei mentors
- Realizzazione e supervisione
- Valutazione

VALUTAZIONI

Secondo la meta-analisi di Eby et al. (2008), il mentoring nelle tre aree è associato (effetti piccoli ma statisticamente significativi) a risultati migliori in termini di attitudini, comportamenti, relazioni e successo scolastico/professionale dei "protégés". La valutazione dei risultati era stimata con ricerche di tipo sperimentale o correlazionale.

MA ATTENZIONE: Il mentoring NON è una panacea!!!

Secondo la meta-analisi di Ghosh & Reio (2013), ci sono dei benefici anche per i mentors (maggior soddisfazione lavorativa e successo professionale)

-> il mentoring è un processo reciproco e collaborativo

PEER EDUCATION: intervento a livello individuale o di comunità, con non professionisti

"il trasferimento o la condivisione di informazioni, valori e comportamenti relativi alla salute fra soggetti che condividono le stesse caratteristiche" (Strange 2006).

Modelli teorici di riferimento: Bandura, apprendimento sociale, modeling, Educazione partecipata

FASI DI UN PROGETTO DI PEER EDUCATION

- Ideazione del progetto: analisi del contesto, "reclutamento" dei peers, contatti con le scuole (per esempio)
- Individuazione degli obiettivi specifici
- Formazione
- Realizzazione; sostegno e supervisione dei peers
- Valutazione

IMPORTANZA DELLA VALUTAZIONE

Progetto RIPPLE (Pupil-led sex education in England)
Randomized Controlled Trial,
campione di 8000 studenti e studentesse (13-14 anni), 29 scuole

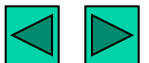
Randomizzazione: educazione sessuali condotta

- da peers (16-17 anni) (GS)
- dall'insegnante (GC)

Valutazione di processo, qualitativa (focus groups).

Valutazione di esito: Risultati misurati (questionari) al follow-up (due anni dopo) in termini di comportamenti sessuali a rischio e gravidanze.

(Stephenson et al., 2004, The Lancet)



Gli strumenti per l'azione: PEER EDUCATION

Progetto RIPPLE (Pupil-led sex education in England)

Risultati contrastanti:

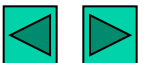
GENERE: Peer education (rispetto all'educazione con l'insegnante): alcuni effetti positivi sulle ragazze, meno sui ragazzi

CONTESTO: Peer education dà risultati migliori in contesti socialmente favorevoli, mentre in contesti socialmente svantaggiati è più efficace l'educazione dell'insegnante

In genere: ragazzi e ragazze preferiscono l'educazione svolta da pari

57% delle ragazze e 1/3 dei ragazzi preferirebbero incontri separati per genere.

(Stephenson et al., 2004, The Lancet)



LAVORO CON LE FAMIGLIE: NECESSARIO E DIFFICILE

Autonomia?

Famiglie = genitori? Madri o padri?

La famiglia è l'unità corretta di intervento?

PARENT TRAINING

Diversi approcci e "target", diverso modello di prevenzione sottostante:

- Prevenzione indicata
- Selettiva
- Universale

I gruppi di self-help/mutual help o auto-mutuo-aiuto

"Associazioni volontarie di persone che condividono un problema, a cui il gruppo cerca di far fronte"

⇒ Una delle più famose : AA (Alcolisti Anonimi)

⇒ Il ruolo degli "esperti" è variabile

- Rifiuto della delega all'esperto o Rivolta contro l'esperto
- Accettazione temporanea o parziale dell'esperto

Nascono negli anni '70, negli Stati Uniti ⇒ milioni di persone coinvolte

⇒ Enorme sviluppo anche in Europa

Elementi principali

Focalizzazione su un problema, condiviso da tutti

Relazioni tra pari, simmetriche, e non tra esperto e paziente/
cliente

Reciprocità dell'aiuto ⇒ "helper therapy principle"

Conoscenze e competenze si basano sull'esperienza diretta dei
membri

Narrative comuni, del gruppo (narrative: "storie condivise dai
membri di un gruppo")

⇒ L'aiuto professionale e l'auto-mutuo aiuto sono complementari

⇒ Recentemente: gruppi online (rispondono a problemi di
riservatezza, rischio di stigmatizzazione, e a problemi di
mobilità)

I gruppi di self-help o auto-mutuo-aiuto sono efficaci?

Risultati delle ricerche non univoci,
ma tendenzialmente positivi

- Miglioramento nei sintomi psichiatrici, autostima ecc., anche confrontati a psicoterapia e farmaci, di malati mentali
- Riduzione nell'uso di sostanze, astinenza
- Miglioramento (qualità della vita) in pazienti con malattie gravi (Vedi Spiegel et al., 1989)
- Prevenzione di sintomi di disagio in parenti di persone morte o malate

La ricerca azione

- E' un'idea che nasce negli anni 40' ⇒ Kurt Lewin
- Se la realtà è un processo di cambiamento in atto, la scienza non deve congelarlo bensì studiare le cose cambiandole e vedendone gli effetti.
- Forte critica alla scienza tradizionale, in particolare all'approccio positivista
- Teorie scientifiche e pratica trasformativa debbono e possono intrecciarsi in un fertile processo reciproco
- I ricercatori e i membri della comunità possono cooperare e condividere bisogni, competenze e risorse ⇒ coinvolgimento attivo della popolazione
- I destinatari dell'intervento sono direttamente coinvolti nei diversi momenti della definizione e verifica degli obiettivi della ricerca
- Il processo conoscitivo diventa azione sociale

Il ciclo della ricerca azione/intervento

Pianificazione: Costituzione di un gruppo di lavoro "misto" ⇒
"diagnosi" (ricerca formativa: profili di comunità, focus group)
Analisi dei bisogni, formulazione degli obiettivi (negoziiazione)

Individuazione dei leader "naturali"



(Raccolta dati prima dell'intervento)



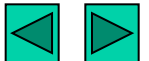
Azioni: Intervento



Osservazione : Verifica degli effetti dell'intervento
(Raccolta dati)



Riflessione: Restituzione dei risultati; Gruppo di lavoro:
aggiustamento e riformulazione degli obiettivi (negoziiazione)



Il profilo di comunità: va costruito con la collaborazione delle persone

- Profilo territoriale
 - Profilo demografico
 - Profilo economico, occupazionale
 - Servizi, istituzioni, risorse, associazioni
 - Problemi di salute, comportamenti a rischio
 - Criminalità e denunce
 - Profilo psico-sociale, antropologico-culturale
- ⇒ Senso di comunità, progetti e speranze per il futuro

Possiamo ottenere queste informazioni con metodi e strumenti diversi:

- dati d'archivio
- interviste personali o focus group
- fotografie/photovoice...

La ricognizione sociale

- Analisi della domanda → definizione del problema
- Analisi preliminare della comunità (ex. → profili)
- Identificazione degli attori sociali (→ mappa del potere?)
- Identificazione e coinvolgimento dei "leader"
- Raccolta delle informazioni (→ Focus group)
- Elaborazione dei dati: descrizione, sintesi, non interpretazioni
- Restituzione dei dati
- Incontro conclusivo tra i leader, creazione di un "gruppo guida"
- Conferenza finale, mostra, spettacolo.....

Photo-voice

"Radici": Pedagogia degli oppressi (Paulo Freire, 1970)

Le persone devono essere attive nella comprensione delle questioni che riguardano la loro comunità e diventare parte attiva nel cambiamento, attraverso lo scambio delle loro esperienze.

Photo-voice

E' un processo volto a usare fotografie scattate da persone con poco potere, status e soldi per migliorare l'analisi dei bisogni di una comunità, dare potere (empower) ai partecipanti, e promuovere un cambiamento, informando i politici dei punti di forza e dei deficits della comunità (Wang & Burris, 1994).

Photovoice è un metodo attraverso il quale le persone possono identificare, rappresentare e migliorare la loro comunità attraverso una specifica tecnica fotografica" (Wang & Burris, 1997).

Photo-voice: strumento di azione comunitaria e di sviluppo comunitario (anche Paint-voice, Comic-voice)

Engaging Youth through Photo-voice

Obiettivi:

- Adattare il metodo ad adolescenti
- Testare l'efficacia
- Perfezionare un curriculum da poter applicare altrove (sostenibilità del progetto)

Valutazione di processo e di esito con metodi misti: colloqui, note-sul-campo, questionari

Contesto: quartieri sfavoriti a Baltimora; dopo-scuola per adolescenti (11-19 anni)

Collaborazione tra: docenti e studenti universitari, educatori di comunità e adolescenti

(Strack et al., 2004)

Engaging Youth through Photo-voice: struttura dell'intervento

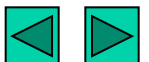
- Partecipazione degli/delle adolescenti volontaria: 14 si rendono disponibili.
- Situazioni familiari e sociali difficili. Nel periodo dell'intervento: problemi economici; morte, malattia psichiatrica o carcere di un genitore; familiare con problemi di droga; violenze a scuola e nella comunità.
- Collaborazione con la comunità: negozio di fotografia

2 incontri settimanali di due ore

- Fotografia: tecnica, etica, potere, sicurezza
- "Percorso" di riflessione: cosa vedi? Cosa succede davvero? Com'è legato alla tua vita? Perché succede? Cosa fare?
- Competenze su come presentare le foto nella mostra finale

Sul campo: foto - In gruppo: discussione delle foto

4 mostre, in luoghi diversi



Difficoltà incontrate

- All'inizio scarsa comprensione degli scopi dell'intervento: i/le partecipanti preferivano fotografare se stessi piuttosto che il loro ambiente
- Necessità di attività concrete per evitare la noia
- A volte difficile conciliare bambine/i di età diverse
- Alcune compiti (richiedere il consenso) difficili per molti
- Necessità della presenza dell'adulto

Engaging Youth through Photo-voice: alcuni esempi di foto



Engaging Youth through Photo-voice



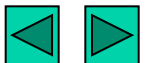
Engaging Youth through Photo-voice

Valutazione

- Adolescenti valutano l'esperienza come molto positiva
 - Processo di empowerment: Acquisizione di competenze; orgogliosi nel presentare il lavoro svolto
 - Nessun drop-out
- ATTENZIONE: NON E' UNA PANACEA, NON CREARE FALSE SPERANZE

Raccomandazioni per il futuro

- Programma strutturato E flessibile
- Responsabilizzare gli/le adolescenti (selezione? "contratto")
- Rapporto ideale adolescenti/adulto: 5:1
- Durata ideale del progetto: 4-6 mesi
- Includere sempre attività pratiche
- Visita guidata a una mostra fotografica
- Coinvolgere un/a fotografo/a professionista
- Coinvolgere i familiari



FOCUS GROUP

L'idea nasce durante la seconda guerra mondiale

Impatto propaganda, "Morale delle truppe"

Oggi: marketing, psicologia, sociologia

Focus group:

- come strumento di intervento
- Come strumento di ricerca

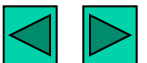
"Tecnica di rilevazione per la ricerca (*e l'azione*) sociale, basata sulla discussione tra un piccolo gruppo di persone, alla presenza di uno o più moderatori, focalizzata su un argomento che si vuole indagare in profondità" [Cicognani, 2002]

Finalità

- ♣ Utilizzare l'interazione di gruppo per fare emergere esperienze, vissuti, percezioni, credenze
- ♣ Offrire occasione di confronto e riflessione reciproca
- ♣ Analizzare come vengono costruiti socialmente conoscenza, idee e scambi comunicativi su determinati argomenti
- ♣ Osservare le dinamiche che si instaurano tra gli individui che costituiscono i gruppi

Focus Group come "intervento", strumento di ricerca-azione

- ♣ Fine conoscitivo, raccogliere informazioni sui contesti sociali nei quali si vogliono realizzare interventi ⇒ Profili di Comunità
- ♣ Far partecipare la cittadinanza, arrivare a decisioni comuni
- ♣ Valutare interventi nel sociale
- ♣ Metodo: Gruppi "naturali", analisi dei dati condivisa con i partecipanti (tabellone con i risultati)



Quando utilizzare

Focus group

Norme sociali, credenze

Temi socialmente controversi

Partecipanti "esperti"

Intervista/colloquio

Comportamenti individuali

Temi molto sensibili

Anonimato "assoluto"

NB I Focus NON permettono
di risparmiare tempo e risorse!

Focus Group

- ♣ Presenza di un conduttore e di un assistente
- ♣ Circa 8-10 persone per Focus
- ♣ Privilegiare l'omogeneità interna al gruppo per quanto riguarda l'età e il genere
- ♣ Attenzione alla composizione del gruppo: persone autorevoli, "dominanti", problematiche, molto timide
- ♣ Quanti focus in una ricerca? 1 o 2 per ogni variabile "centrale" ... se possibile
- ♣ Registrazione e trascrizione del focus

Come procedere:

- Presentare conduttore/moderatore e assistente/osservatore
- Esplicitare committente e scopo della ricerca
- Scambio informazioni sui partecipanti, garantendo confidenzialità e anonimato
- Consenso informato, tutt* tenut* alla riservatezza
- "Guida" di temi (non domande!)
- 1 moderatore e 1 "osservatore"
- Prepararsi l'"apertura" (obiettivi del focus, regole, ecc.) e la "chiusura" (riassunto, brindisi, debriefing)
- Comunicare e darsi le regole

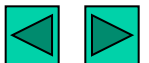
Focus Group: il conduttore/moderatore e l'osservatore

Il conduttore

- ♣ Capacità di ascolto
- ♣ Capacità di osservazione
- ♣ Attenzione al comportamento non verbale (gestualità; espressioni del volto)
- ♣ Tecniche di probing
- ♣ Fare uso consapevole della propria gestualità e del proprio comportamento non verbale per stimolare la conversazione nel gruppo in modo non direttivo

L'osservatore/assistente

- ♣ Controlla il comportamento non verbale dei partecipanti per osservare:
 - ♣ Se vi sono incongruenze con ciò che dicono
 - ♣ Con quanta forza sostengono le loro opinioni
 - ♣ Se vi sono persone che si annoiano o non partecipano
 - ♣ Se si creano alleanze o conflittualità
- ♣ Responsabile della registrazione e dei materiali



Consulenze ai politici/stake-holder

- Per esempio, sotto forma di audizioni (in Parlamento, in Consiglio comunale ...)