

SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE

presentazione realizzata grazie all'energia di



giovanni carrosio

La comunicazione del rischio ambientale

Il modello deficitario

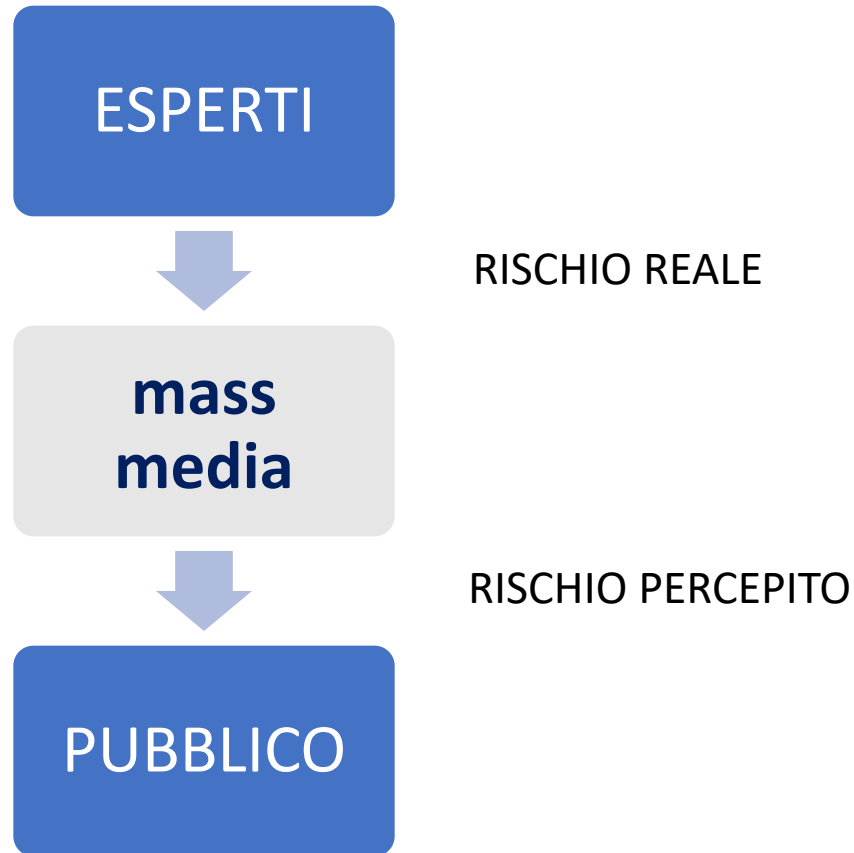
Anni '70, ma ancora modello dominante

Idea: ostilità del pubblico deriva da percezione distorta dei «rischi reali» conseguente a carenza di cultura scientifica che induce reazioni emotive fondate su credenze e timori irrazionali

Peter Medawar (1977): «i profani possono incolpare solo se stessi per la loro paura; i loro incubi testimoniano la loro inveterata mancanza di cultura scientifica»

Misurazione dell'ignoranza scientifica delle comunità locali (survey); azioni (in)formativa per colmare il deficit di conoscenza attraverso comunicazione della «verità oggettiva»

MODELLO DEFICITARIO DELLA COMUNICAZIONE DEL RISCHIO



MODELLO inadeguato

- ci sono questioni per le quali non esiste una idea condivisa di «rischio reale» tra gli esperti (incertezza, interessi, giudizi di valore anche nella comunità scientifica)
- media non sono mai imparziali, ma sostengono delle tesi accentuando alcune tesi degli esperti e non altre
- non esiste un pubblico, ma esistono tanti pubblici
- esistono tanti mediatori tra scienza e pubblici: associazioni (consumatori, industriali, sindacali, ambientaliste...), politica, gruppi di interesse specifici
- accettabilità di un rischio deriva anche da valori morali e giudizi politici
- sono spesso i più informati ad essere più esigenti nei confronti delle risposte della scienza

LA PERCEZIONE DEL RISCHIO

approccio psicometrico: comprendere la dimensione soggettiva del rischio, la struttura cognitiva dei rischi connessi.

esistono distorsioni cognitive che portano a sovrastimare o sottostimare i rischi (rispetto alla oggettivizzazione prodotta dalla probabilistica)

accettabilità di un rischio influenzata da diversi fattori aggravanti o attenuanti, che non sono per nulla irragionevoli

La percezione del rischio

FATTORI ATTENUANTI	FATTORI AGGRAVANTI
Volontarietà all'esposizione	Rischio imposto
Possibilità di controllo	Incontrollabilità
Equa distribuzione rischi e benefici	Distribuzione iniqua
Assuefazione al rischio	Nuovo rischio
Cause naturali	Cause antropiche
Vittime non identificabili e non conosciute	Vittime identificabili e conosciute
Presenza di chiari benefici	Assenza di chiari benefici
Fiducia nelle istituzioni	Sfiducia nelle istituzioni
Assenza di conflitti di interesse	Presenza di conflitti di interesse
Accessibilità alle informazioni	Segretezza informazioni
Assenza di incidenti precedenti	Presenza di incidenti precedenti
Reversibilità dei danni	Irreversibilità dei danni
Assenza implicazioni etiche	Implicazioni moralmente rilevanti
Moderata presenza sui media	Elevata presenza sui media

La percezione del rischio

Strategia di comunicazione:

- lavorare su priorità individuando una gerarchia di attenuanti
- lavorare su ciò che è effettivamente controllabile

Approccio prevalentemente utilitaristico:

- rendere l'accettazione del rischio conveniente (compensazioni)
- Utilizzare approcci di marketing o pubbliche relazioni

Non sempre questi approcci funzionano, perché?

Esistono variabili socio-demografiche e culturali che incidono sulle diverse modalità con le quali le persone accettano i rischi.