

Percezioni e realtà

Come le viviamo

Fonte: IPSOS

La realtà che cogliamo con i nostri sensi è quella vera o è il suo aspetto apparente, poiché la sua vera essenza ci sfugge?

E. Kant: «Se la conoscenza dipende solo dall'esperienza, e questa è sempre particolare, non c'è modo di spiegare come essa possa diventare universale»

Restano tuttavia le percezioni che si trasformano in opinioni su cui l'individuo e la massa prendono le loro decisioni, decidono per chi votare, legittimano un partito, ci credono o possono anche cambiarlo.

le percezioni non sono tutte uguali

visione dei colori del cane



visione dei colori nell'uomo



700

600

500

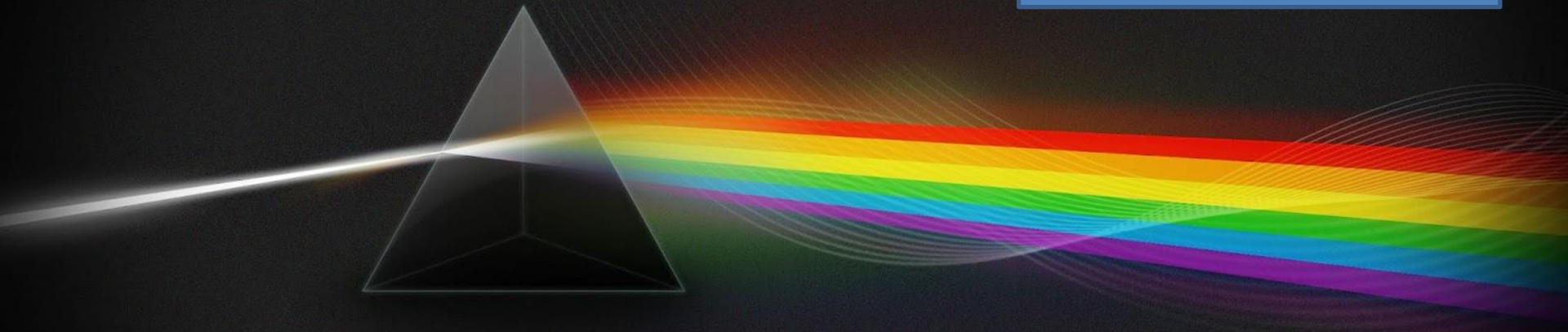
400

unità nm

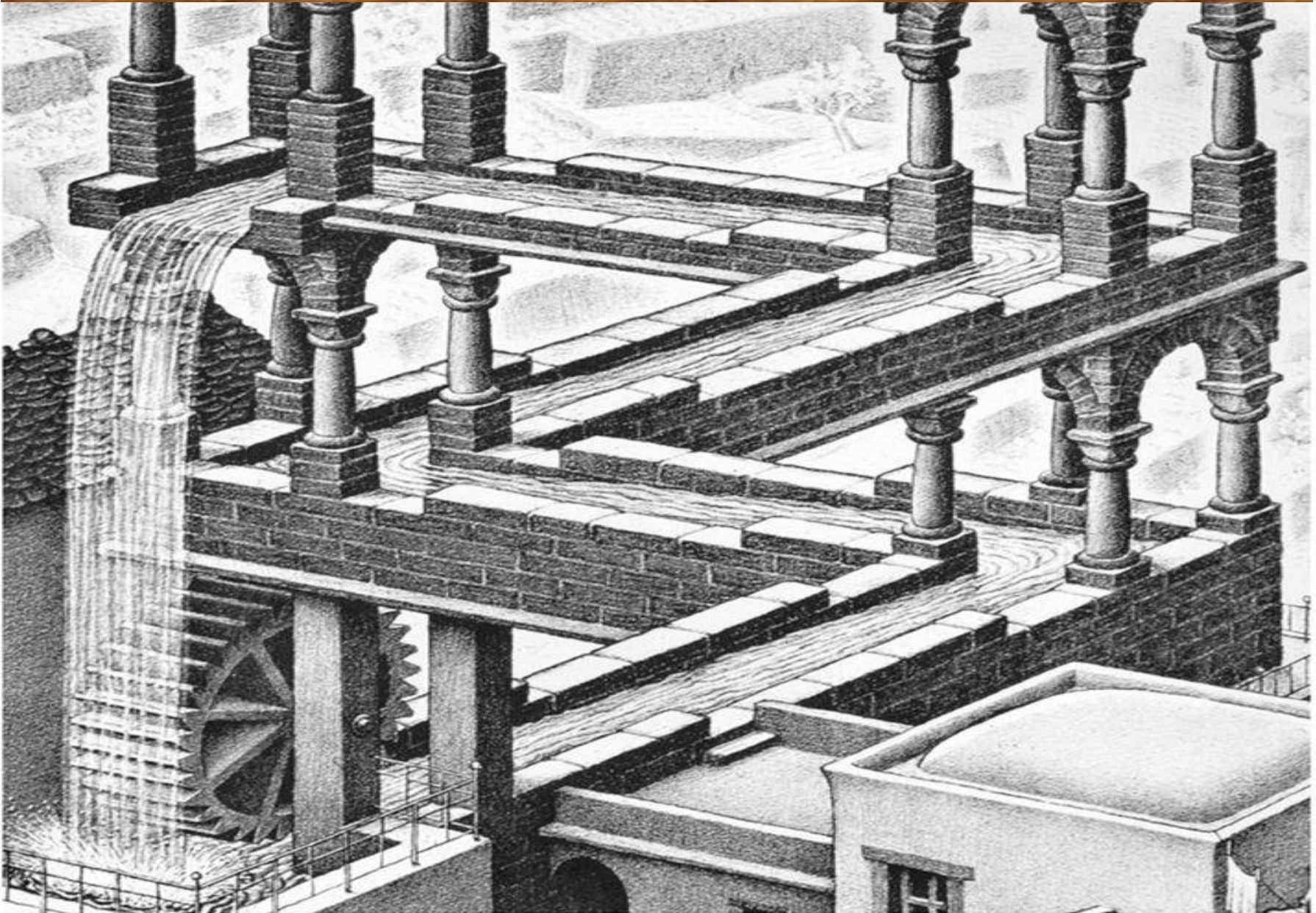


Siamo convinti che la luce sia bianca?

Filtrata da un prisma
appare nella realtà



Talvolta le percezioni ingannano



Come nascono le percezioni?

Tornando in materia, le percezioni sociali e politiche sono conoscenze che noi ci costruiamo principalmente:

- 1. Dai media come tv, carta stampata, radio; quasi tutti difensori del luogo comune di parte e delle banalità**
- 2. Col passaparola tramite WEB**
- 3. Nei luoghi di aggregazione: dai partiti al bar sport**

A livello comune siamo comunque convinti che quello che noi percepiamo corrisponda alla realtà. Tendiamo quindi a far coincidere la realtà con il mondo percepito.

Si formano così delle convinzioni di massa basate spesso su fatti acritici spesso slegati dalla realtà.

Come si misurano le percezioni?

Le percezioni in sociologia si trasformano in opinioni di massa che in seguito diventano comportamenti.

Conoscere e misurare le percezioni è importante in ogni campo, e soprattutto in politica.

Per conoscerli esistono svariati tipi di ricerche: sul prodotto, sulla pubblicità, sulla soddisfazione del cliente, sul valore della marca e sulla soddisfazione del Cliente stesso.

- Quando si tratta di prodotti le percezioni di massa positive si trasformeranno in vendite.**
- Quando si tratta di politica le percezioni positive si trasformeranno in voti.**

A noi interessano questi

I sondaggi di opinione politica

Vengono misurati: giudizi e atteggiamenti dei cittadini su temi economici, sociali e politici che determinano gli orientamenti di voto che vengono commissionati da partiti politici, da amministrazioni pubbliche, da mezzi di informazione, da associazioni di categoria.

- 1. Ovvio che non sarebbe possibile andare a interrogare tutti (e si avrebbero sempre piccoli scostamenti dalla realtà perché ogni intervistato può dire bugie)**
- 2. Allora si prende un campione rappresentativo di cittadini scontando errori nell'ordine del +/- 5%**
- 3. Con i risultati siamo convinti di conoscere meglio il soggetto sotto indagine.**
- 4. Ma il soggetto intervistato racconterà le proprie opinioni, che magari si discosteranno dalla realtà**

I pericoli dei sondaggi

Sondaggio oracolo

- Il politico non può ignorare ciò che pensano gli elettori, ma preferisce andar sul sicuro. Gli elettori vogliono: pagar meno tasse, avere più servizi, avere lavoro sicuro e ben pagato. Oggi molti politici utilizzano il sondaggio oracolo come arte di governo abdicando così al proprio ruolo di «guida sociale». Quindi tante promesse quasi mai mantenute.

Sondaggio propaganda

- E' più grave. Si fa ricorso al sondaggio propaganda quando si fanno trapelare risultati non veri per orientare gli incerti, motivare il proprio elettorato, influenzare i media, condizionare il voto di scambio.

La percezione dei fenomeni sociali

La Società IPSOS ha realizzato nel 2014-15 due ricerche il cui obiettivo era:

Verificare la percezione di alcuni
fenomeni sociali e confrontarla col
dato reale tratto dalle statistiche
ufficiali

Le ricerche sono state condotte in vari Paesi
incluso Stati Uniti e Canada

Si riportano i risultati

Cosa emerge dall'Italia

- 1. Dal 2008 il tema della precarietà diventa il più acuto: 9 italiani su 10 lo considerano il più preoccupante e quasi senza soluzione.**
- 2. Le difficoltà lavorative limitano l'autonomia dei giovani che restano con i genitori, non si sposano, non figliano. L'Italia invecchia.**
- 3. I flussi migratori destano la 3° preoccupazione specie fra persone anziane e residenti in piccoli paesi dove si parla di **invasione** specie di arabi e africani. Dei primi si temono anche attentati.**

Ecco i risultati:

Differenze Percezioni-Realtà

Qual è la % di immigrati nel tuo Paese?

	Percezione	Realtà
• Italia	26	9
• USA	32	13
• Belgio	29	10
• Francia	28	10
• Ungheria	16	2
• Polonia	14	1,8
• Spagna	23	12
• Gran Bretagna	24	13
• Germania	26	12

Differenze Percezioni-Realità

Qual è la % di musulmani nel tuo Paese?

	Percezione	Realità
• Italia	20	4
• USA	15	1
• Belgio	29	6
• Francia	31	8
• Ungheria	7	0,1
• Polonia	5	0,1
• Spagna	16	2
• Gran Bretagna	21	5
• Germania	19	6

Differenze Percezioni-Realtà

Qual è la % di cristiani nel tuo Paese?

Percezione

Realtà

• Italia	69	83
• USA	56	68
• Belgio	46	64
• Francia	49	63
• Ungheria	62	53
• Polonia	80	94
• Spagna	62	77
• Gran Bretagna	39	59
• Germania	58	58

Differenze Percezioni-Realtà

Qual è la % di over 65 nel tuo Paese?

Percezione Realtà

• Italia	48	21
• USA	36	14
• Belgio	41	18
• Francia	38	18
• Ungheria	40	18
• Polonia	42	15
• Spagna	43	18
• Gran Bretagna	37	17
• Germania	40	21

Differenze Percezioni-Realtà

Qual è la % di votanti nelle ultime elezioni nel tuo Paese?

	Percezione	Realtà
• Italia	54	75
• USA	57	58
• Belgio	85	89
• Francia	57	80
• Ungheria	47	64
• Polonia	42	49
• Spagna	55	69
• Gran Bretagna	49	66
• Germania	58	72

Differenze Percezioni-Realtà

Su 100 persone in età lavorativa quante sono disoccupate?

Percezione Realtà

• Italia	49	13
• USA	32	6
• Belgio	31	8
• Francia	29	9
• Ungheria	39	11
• Polonia	34	9
• Spagna	46	25
• Gran Bretagna	24	7
• Germania	20	6

Differenze Percezioni-Realtà

Su 100 persone fra 18 e 24 anni quante non fanno veramente nulla (NEET)?

Percezione **Realtà**

• Italia	51	35
• USA	39	17
• Belgio	34	20
• Francia	37	24
• Ungheria	38	28
• Polonia	29	26
• Spagna	46	54
• Gran Bretagna	31	21
• Germania	23	8

Differenze Percezioni-Realtà

Su 100 persone quante sono agnostiche o atee ?

Percezione Realtà

• Italia	35	12
• USA	40	16
• Belgio	37	29
• Francia	46	28
• Ungheria	39	19
• Polonia	26	6
• Spagna	44	19
• Gran Bretagna	45	25
• Germania	38	25

Differenze Percezioni-Realtà

Quante persone fra 25 e 34 anni vivono con i genitori?

Percezione **Realtà**

• Italia	61	49
• USA	34	12
• Belgio	34	17
• Francia	36	11
• Ungheria	49	48
• Polonia	46	44
• Spagna	65	40
• Gran Bretagna	43	14
• Germania	27	17

Differenze Percezioni-Realtà

Qual è l'età media del tuo paese?

Percezione **Realtà**

• Italia	59	45
• USA	47	38
• Belgio	55	41
• Francia	47	41
• Ungheria	63	41
• Polonia	55	40
• Spagna	51	42
• Gran Bretagna	51	40
• Germania	51	47

Differenze Percezioni-Realtà

Qual è la % di donne parlamentari del tuo paese?

Percezione **Realtà**

• Italia	26	31
• USA	21	19
• Belgio	27	39
• Francia	28	26
• Ungheria	12	10
• Polonia	22	24
• Spagna	29	41
• Gran Bretagna	23	29
• Germania	27	36

Differenze Percezioni-Realtà

Il rapporto fra realtà e percezione costituisce un tema basilare perché la percezione va a costruire l'opinione pubblica, cioè il pensiero dominante su questioni di pubblico interesse.

L'opinione pubblica può esser «sballata» e può «invitare» i politici a prendere misure errate.

Se gli italiani pensano che un Italiano su due sia vecchio (48% pensano che i cittadini abbiano più di 65 anni), le strategie pubbliche per i giovani e la famiglia potrebbero essere inadeguate (se la politica sposasse la percezione senza verificarla).

E spesso lo fa e lo ha fatto, non perché non conosce fonti più sicure come Istat o Eurostat, ma perché le balle, che la gente si forma al «bar sport», fanno comodo a chi, in politica, cavalca allarmismo e paura

Quando le fonti ufficiali vengono travisate

Sono tutti convinti che la disoccupazione giovanile si aggiri intorno al 40%. Andiamo a leggere l'Istat: «un lavoratore è considerato disoccupato se nella settimana precedente l'inchiesta non ha lavorato nemmeno un'ora»....

Quindi è sbagliato sostenere che 40 giovani su 100 tra i 15 e i 24 anni siano disoccupati. Meglio dirli **«inoccupati»**

Occorre ricordare che la maggior parte dei 6 milioni di giovani italiani è statisticamente definito fuori dalla forza lavoro, o perché studente a tempo pieno o perché non studia, non lavora e non cerca nemmeno un lavoro.

Il tasso di disoccupazione corretto sarebbe il quoziente dividendo il numero vero di disoccupati per il numero di giovani nella popolazione, che dà l'11% .

Rapporto fra percezione e realtà

Così con gli stranieri. Da anni sono uno dei principali motivi di preoccupazione:

«**invasione!**»

da qualche parte si grida all'invasione.

Poi l'Istat ci dice che sono l' 8% dei residenti, ma l'opinione pubblica era convinta e resta convintissima che siano il 30%.

La tendenza a enfatizzare un fenomeno si acuisce nei confronti dei musulmani che fra l'Istat e la Caritas vengono stimati dal 2 al 4%, ma secondo l'opinione pubblica sono 5/10 volte in più della realtà e, se non prendiamo misure drastiche ci uccideranno tutti, o quasi.

Rapporto fra percezione e realtà

E stranieri e musulmani muovono un'emozione molto sensibile dell'opinione pubblica: **la paura**.

E la paura è un argomento politicamente molto importante che muove e sposta voti.

E la paura dell'altro appare più acuta fra gli anziani, e fra i grandi fruitori della TV di canali disimpegnati o di parte; i principali canali sono di parte.

La passione criminale e la paura dell'altro favoriscono soggetti politici ben definiti: i partiti populistici, imprenditori politici della paura che vedono o delinquenti o ancora comunisti.

(La paura dei comunisti «tira» comunque sempre).

Quanto durano le percezioni?

In genere durano a lungo finché i media non si mettono a martellare per smontarli. Ma i media sono tutti di parte e i miti sopravvivono alla realtà.

Prendiamo il mito di Berlusconi, abilissimo politico: nella comune accezione e percezione è un «centrista»

Il realtà, se dovessimo fare una sintesi, pur di fare i suoi interessi, ha annullato il concetto di destra liberale; e il centrismo, con le sue leggi ad personam, coi suoi contrasti di interessi, non sa neppure dove abiti.

Così la percezione della sinistra è quella di un partito (o più fazioni) tendenzialmente onesti. Forse un poco più onesti degli altri, ma basta tener conto delle cronache giudiziarie per verificare la non veridicità, specie ai più bassi livelli.

Rapporto fra percezione e realtà

I partiti, come percezione, non godono di buona fama. Così la risposta al vuoto di riferimenti non avviene attraverso la «costruzione di un popolo», ma avviene mediante la ricerca di nemici. **Avremmo tutti noi italiani, come i francesi, esultato in piazza stringendoci intorno al nostro Presidente, o da qualche parte cortei e stampa ostile non avrebbero guastato la festa?**

Il guastar le feste è ciò che succede oggi in Italia e in certa Europa, dove le paure fanno ascolti più alti e calamitano le predisposizioni mentali delle persone.

E questo potrebbe essere più pericoloso in quanto le vecchie ideologie sono morte e nuove dinamiche sociali, non proprio democratiche, potrebbero farsi largo.

Rapporto fra percezione e realtà

D'altra parte i media e la tv in particolare non hanno bisogno di suggeritori per agitare mostri che possono suscitare emozioni forti.

Basti pensare alle reti tematiche che si affidano solo alla paura, ai «serial criminals», ai delitti irrisolti con specifiche e «lussuose» descrizioni di vittime e di delitti.

E questa è una specialità nazionale: **la frequenza delle notizie ansiogene**, nella TV italiana è superiore ad ogni altro paese europeo.

(osservatorio di Pavia nel nono rapporto europeo sulla sicurezza, febbraio 2016)

Il marketing privato e quello politico

Nel marketing privato si cerca di scoprire i bisogni latenti dei consumatori per poi offrirgli i prodotti che più vogliono nel modo più lucroso per l'azienda.

Nel marketing privato non prevale l'educazione ai consumi sociali, né la forzatura del consumatore.

Provate a proporre al mercato un dentifricio nero!!

Nella politica, da Berlusconi in poi, è da tempo entrato il marketing: si va a vedere quel che la pancia delle persone vuole, per poi in genere trasformarlo in programma politico, se le condizioni lo permettono.

Il marketing educa? Ma quando mai? Con la prova finestra? O con «ti piace vincere facile?»

Il marketing privato e quello politico

Se da una parte la pura politica potrebbe anche cercare di «educare» gli elettori ad accettare anche quello che la loro pancia non vorrebbe, dall'altra, forzando troppo, non può permettersi di perdere consensi.

Prendiamo i fenomeni immigratori: è fuori dubbio che oltre misura costituiscono un pericolo reale oltre che percepito. Ma una piattaforma di buonismo e di ospitalità sinistrese non può andare contro la volontà popolare. Si possono comprendere ragioni umanitarie anche «senza sposarle», ma non è condivisibile che una delle più alte cariche dello Stato vada personalmente a ricevere chi sbarca con un cartello «benvenuti in Italia»

Queste manifestazioni poi suscitano reazioni opposte che sono già evidenti

Rapporto fra percezione e realtà

Parlandoci francamente la maggior parte dei votanti si è formata le opinioni politiche non in una scuola o leggendo trattati di politica, ma in famiglia, al bar o perché magari una sola idea ha fatto breccia nelle loro convinzioni perché era più facile da comprendere a livello di pancia.

Eppure la massa dei votanti può far evolvere un Paese o portarlo alla involuzione, se non alla rovina (America Latina) solo perché le loro opinioni non si basavano sulla realtà.

Ora, se per guidare un trattore o aprire una pizzeria ci vogliono esami che ne attestino l'idoneità, perché il diritto di voto, ben più importante, deve essere gratuito e non necessitare almeno di un corso di cultura politica o civica?

Altrimenti avremo una grande maggioranza le cui opinioni non trovano riscontro nella realtà dei fatti. E si prenderanno decisioni vincolanti per tutti