



# WP7 - Ricerca - Valutazione impatto emotivo del lungometraggio FUTURE

## Output 1 - Struttura del lavoro di ricerca e Stato dell'Arte

---

*Autore: Università Telematica Internazionale UNINETTUNO  
Novembre 2017*

### INDICE

<b>OBIETTIVO .....</b>	<b>2</b>
<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>2</b>
FASE 1. STUDIO PILOTA PER LA VALUTAZIONE DEI SINGOLI FILMATI .....	2
FASE 2. STUDIO SPERIMENTALE PER LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO AFFETTIVO SU DIVERSE TIPOLOGIE DI SPETTATORI .....	2
<b>AGGIORNAMENTO ATTIVITÀ IN CORSO (FASE 1) .....</b>	<b>3</b>



## Obiettivo

Valutazione dell'impatto emotivo del documentario

I ricercatori della Facoltà di Psicologia esamineranno attraverso procedure quasi-sperimentali il livello di attivazione emotiva dei potenziali spettatori del documentario considerandone le peculiarità in termini di tendenze affettivo-morali di base.

## Metodologia

### Fase 1. Studio pilota per la valutazione dei singoli filmati

Attraverso le seguenti attività sarà esaminato l'impatto affettivo di particolari categorie di filmati considerando sia le specificità dei singoli filmati che le caratteristiche individuali di potenziali spettatori

H: differenze rispetto all'attivazione affettiva sulla base delle caratteristiche degli stimoli (filmati) e individuali (spettatori)

Attività

- 1) analisi dei filmati raccolti nella fase di preparazione del documentario
- 2) classificazione dei filmati sulla base di macro-categorie determinate a priori (es. presenza singolo soggetto/ presenza gruppo di ss in interazione; focus su se stessi/ attenzione rivolta verso esterno; utilizzo effetti emotivamente attivanti – es. sonoro)
- 3) sperimentazione stimoli su campione di studenti universitari
  - a. valutazione del profilo affettivo-morale del target (es. tendenze empatiche, stile di attaccamento, propensione al disimpegno morale)
  - b. presentazione degli stimoli organizzati per macro-categorie attraverso aule virtuali
  - c. valutazione dell'attivazione emotiva (affettività positiva/negativa)

### Fase 2. Studio sperimentale per la valutazione dell'impatto affettivo su diverse tipologie di spettatori

Alla fine del progetto sarà valutato l'impatto affettivo dell'intero documentario su un campione di potenziali spettatori

H: assenza differenze (documentario coinvolgente per diverse tipologie di spettatori)

Attività

- 1) identificazione del campione
- 2) valutazione delle caratteristiche individuali più salienti (sulla base dei risultati dello studio pilota)
- 3) presentazione del documentario (da definire modalità)
- 4) valutazione dell'attivazione emotiva (affettività positiva/negativa)



## Aggiornamento attività in corso (Fase 1)

Attività	Stato dell'arte	Deadline previste	Outcome
1) Analisi dei filmati raccolti nella fase di preparazione del documentario	<p>E' in corso la visione di tutti i video girati (50 circa % già esaminati).</p> <p>Al momento sono state identificate le seguenti macro-categorie per la suddivisione tematica dei video:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Relazioni interculturali</u>: video in cui i ragazzi sono in relazione positivamente con persone "ospitanti" (es. ragazzo con anziano del posto)</li> <li>- <u>Affettività</u>: video in cui i ragazzi si riprendono mentre manifestano un certo stato emotivo, positivo o negativo (es. video del ragazzo in barca).</li> <li>- <u>Degrado/disapprovazione</u>: video in cui i ragazzi denunciano situazioni di disagio mettendo in luce alcune criticità del contesto (es. video della lavanderia).</li> <li>- <u>Provocazione/trasgressione</u>: video in cui sono presenti comportamenti o atteggiamenti di tipo provocatorio in gruppo o da soli (es. video in cui il ragazzo balla con il viso coperto)</li> <li>- <u>Simbolico</u>: video in cui sono presenti elementi simbolicamente rilevati per la comprensione della storia dei ragazzi (es. video in cui un ragazzo nuota in un posto protetto - piscina)</li> <li>- <u>Arrivo/viaggio</u> : video in cui sono presenti elementi che fanno immaginare il "viaggio" di questi ragazzi (es. ragazzo con la valigia nella stazione degli autobus)-</li> <li>- <u>Attività costruttive</u>: video in cui ragazzi documentano le loro attività costruttive e collaborative all'interno del centro di accoglienza (es. lezioni di italiano)</li> <li>- <u>Attività ludiche</u>: video in cui i ragazzi sono impegnati in attività ricreative (es. passeggiata di due amici)</li> <li>- <u>Natura</u>: video in cui i ragazzi mostrano il loro interesse per la natura e animali (es. ragazzo che gioca con gatto)</li> </ul>	<p>Visione di tutti i video entro metà gennaio</p>	<p>Prospetto da condividere con i partner in cui sono illustrate le macro-categorie (massimo 5) e indicati i video "prototipici" da somministrare al campione pilota</p>
2) sperimentazione stimoli su campione di studenti universitari	<p>a) È in corso la raccolta dati per la valutazione del profilo affettivo-morale del target (es. tendenze empatiche, stile di attaccamento, propensione al disimpegno morale) su un campione pilota.</p>	<p>Reclutamento del campione pilota entro febbraio</p>	<p><u>Database</u> Considerando i possibili effetti dell'attrition di uno studio in due</p>



	<p>Allo stato attuale sono stati contattati 50 studenti della facoltà di psicologia (70% donne). Tutti gli studenti hanno compilato un questionario online sulle dimensioni di base e saranno ricontattati in una seconda fase per la valutazione dei video selezionati</p>		<p>tempi, si prevede di reclutare un campione pilota di circa 80 soggetti (su almeno 100 contatti). Saranno invitati alla ricerca anche studenti di altre facoltà (es. economia) per aumentare l'eterogeneità del campione rispetto alle dimensioni individuali indagate</p>
	<p>b) Presentazione degli stimoli organizzati per macro-categorie attraverso aule virtuali/interattive/questionario online</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definizione protocollo sperimentale</li> <li>- raccolta dati</li> </ul>	<p>Marzo 2018</p> <p>Aprile 2018</p>	<p><u>Protocollo</u> con procedura sperimentale</p> <p><u>Database</u> con dimensioni individuali (tendenze affettivo-morali) e risposte affettive ai video di tutti i soggetti reclutati</p>
	<p>c) valutazione* dell'attivazione emotiva (affettività positiva/negativa)</p> <p>*analisi dati per la verifica dell'impatto dei video considerando le differenze individuali (tipi) e le caratteristiche dei video</p>	<p>(tbd)</p>	<p><u>Brief report</u> con i principali risultati dello studio pilota</p>