

Psicologia positiva

Nasce negli anni 2000 con il manifesto di seligman e csik.. dello studio dei fattori che permette agli individui di fiorire e raggiungere un livello di funzionamento ottimale, aspetti positivi dell'esperienza.

Non bisogna riparare solo ciò che è guasto, ma anche coltivare ciò che c'è di meglio"

Prima degli anni 2000 erano state poche ricerche sullo studio della felicità e ci sia focalizzati su gli aspetti negativi dell'esperienze emotiva perché erano legati alle sofferenze aspetto che ricadeva sulla società.

Lamas l'avvento della psicologia positiva con tre ondate:

1. Identifica aspetti positivi della vita fino ad allora trascurati, 2. Cerca di capire la relazione tra processi psicologici positivi e negativi che sono i fenomeni complementari e si influenzano 3. Assume una prospettiva ecologica calata nell'ambiente, tenendo conto delle dimensioni sociali culturali storiche dei contesti e si domanda come le istituzioni possono far sviluppare le forze indiv

Sotgiu, psicologia della felicità e dell'infelicità

Libro che vuole dare conto dei contributi teorici e empirici che sono stati prodotti nel campo della psicologia positiva, estendendo la riflessione sulla felicità e sull'infelicità.

Dice che felicità e infelicità sono rappresentazioni mentali che permettono di organizzare le informazioni sugli eventi e sono rappresentazioni oggettive. Le concezioni ingenuie dei processi psicologici sono influenzate dalla cultura e dei processi di costruzione e negoziazione del significato degli individui della stessa comunità e non solo modella del rappresentazioni concettuali di queste mani influenzano le strategie per raggiungerle. Per spiegarne il significato si fa riferimento alle conseguenze emotive legate all'esperienza soggettiva.emerge che entrambe non dipendono dalla volontà dell'individuo, ma dalla fortuna e dal destino.

Sono costituiti da tre dimensioni, ovvero: psicologica che sono i processi che regolano il funzionamento e la base psicologica dei processi affettivi cognitivi e comprendere le motivazioni, biologica, socio culturale che comprende le relazioni con le altre persone, il rapporto con le condizioni economiche e politiche e storiche che possono promuovere o ostacolare il raggiungimento di queste.

1. Dagli **studi di psicolinguistica di fehr e Russell** che hanno indagato la struttura del lessico emotivo chiedendo giudizi soggettivi sul significato associato delle persone dei termini emotivi è emerso che la felicità è la definizione prototipico della categoria emozione

2. Invece da altri studi sulla **semantica del concetto di felicità, Storm Jones and Storm** ci suggeriscono che la felicità costituisce una categoria di significato ampia che include stati affettivi che vanno da emozioni intense di breve durata a Stati dell'umore pervasiva e stati emotivi complessi.

Studi transculturali

Il sistema culturale influenza le concezioni ingenuie dei cittadini, sistema individualistico e collettivistico che possono fondersi tra loro a causa della globalizzazione che ha permesso scambi comunicativi tra gruppi provenienti da contesti innescando un processo di contaminazione

3. **Studi di Lu e Gilmour** sono il primo tentativo di analizzare il significato di definizioni spontanee della felicità e avventure università di **inglesi** (individualisti) e **cinesi** (collettivisti) viene chiesto che cos'è. Emerge che gli americani vedono la felicità come il fine ultimo, anche influenzati dal principio della dichiarazione di indipendenza americana come felicità come diritto inalienabile e dipende dall'impegno dell'individuo mentre per i cinesi felicità e infelicità erano entità interdipendenti quindi una persona sapeva apprezzare la felicità solamente dopo aver sperimentato l'infelicità e una comprensione dell'infelicità era possibile solo mettendo a confronto

le esperienze negative con quelle positive (Riferimento alla tradizione dello yin e yang). Inoltre nella cultura giapponese si riconduceva a se stessi la causa dell'infelicità assumendosi le responsabilità mentre nella cultura inglese venivano mostrati comportamenti aggressivi nei confronti dell'ambiente esterno, che è la causa di quello che accade.

Con altri studi e verse che i gruppi individualisti tendono ad associare la felicità a atteggiamenti di vita edonistica mentre collettivisti a valori religiosi e vivere in buone condizioni socio politiche. Degli studi di Galati e Sotgiu vengono delineati i componenti importanti della felicità da un altro esperimento che sono salute, famiglia, amore e denaro.

Contributi della filosofia

-eudaimonia: il vivere bene e fiorire. Riprende le concessioni di Aristotele e i pensieri di Seneca di Sant'Agostino e Tommaso d'Aquino. Aristotele per la felicità come virtù, come sono bene e la teoria del giusto mezzo e il vivere secondo ragione evitando gli eccessi. Raggiungere il pieno delle proprie potenzialità e il fine è la vita contemplativa e tutti possono essere felici perché la felicità può essere insegnata. Da Seneca la felicità come pace interiore e impossibili. da Sant'Agostino e Tommaso d'Aquino, la rivelazione cristiana, la felicità come beatitudine di Dio che non è ottenibile nel mondo terreno ma nel cielo quindi nel terra l'uomo sperimenta una felicità incompleta. Le virtù teologali però possono orientare l'uomo verso Dio.

Comportamenti: svolgono attività per caratteristiche proprie, motivazioni intrinseca, desiderio di realizzazione personale con sviluppo di abilità buona salute e relazioni e contributo alla comunità. Vi è una ricerca di senso, di fine e avere scopi. Le azioni promuovono valori personali e rappresentano momenti di crescita.

Sono un esempio i successi scolastici, l'esperienza di autonomia, le prime esperienze in ambito lavorativo e le transazioni di vita significativa

-Edonismo: fa riferimento alle idee di Epicuro e la ricerca del piacere evita mento del dolore. I comportamenti sono svolgere attività per ottenere premi ricompense con motivazione estrinseca, denaro e beni centrato sul piacere e assenza del dolore spesso misurato come benessere soggettivo. Esperienza con affetti positivi immediati e Evita mento di attività che richiedono sforzo.

Ne sono un esempio le esperienze romantiche, il tempo con i parenti, eventi in cui si sono relazionate positivamente (dallo studio sui ricordi autobiografici di Sotgiu)

Sono processi che si influenzano reciprocamente e per essere felici bisogna integrare azioni e scelte che implicano la realizzazione a lungo termine delle proprie potenzialità e obiettivi con attività finalizzate al godimento di piacere intensi di breve durata. Entrambe sono associate a soddisfazioni per la vita. Le emozioni positive edoniche servono a fornire energie e motivazioni per perseguire obiettivi eudaimonici. Le emozioni positive ampliano il repertorio cognitivo e i comportamenti rendendo creativi resilienti.

Felicità nella psicologia contemporanea

Concezioni eudemonistiche:

1. **Waterman: espressività personale** (l'intensità dei sentimenti di espressività personale è correlata al grado di concentrazione). è l'insieme dei sentimenti degli stati d'animo che l'individuo sperimenta come conseguenza del fatto di dedicarsi ad attività che riflettono le sue capacità. Si innesca se si verificano cambiamenti nell'esperienza: -coinvolgimento intenso -sentirsi appagati -fare quello che si vuole fare -sensazione di autenticità
2. **Csiks.. flusso di pensiero ottimale (flow):** felicità come realizzazione del sé, il senso di appagamento e concentrazione e esperienze che si associano a emozioni positive è stato di immersione e assorbimento nell'attività che si svolge ed è una felicità intrinseca, perché il fine nell'attività stessa. spinge a perfezionare le abilità realizzando la crescita personale ed emerge: -equilibrio tra sfida e abilità -feedback immediato con riscontro continuo

sull'andamento -concentrazione intensa -perdita autocoscienza -senso di controllo personale per dominare la situazione -alterata percezione del tempo

3. **Ryan, huta, deci: autodeterminazione.** Descrivono i processi psicologici che promuovono una vita eudaimonica. Evidenziano la differenza tra motivazioni intrinseche e estrinseche che motivano i comportamenti. 1). Gli obiettivi intrinseci in cui il piacere è legato all'attività in sé e vi è un desiderio di crescita realizzazione personale, contributo al bene della società e avere buone relazioni mentre 2) estrinseci con ragioni dissociate dal contenuto dell'attività e a che fare con altri scopi, come l'affermazione sociale, il possesso di beni materiali. Gli esseri umani hanno tre bisogni psicologici, innati e universali, la cui soddisfazione è essenziale per la crescita personale sono autonomia relazionalità e competenza (interagire con l'ambiente influenzandolo)
4. **jon-kabat-zinn Mindfulness:** è la pienezza della mente non giudicante il prestare attenzione in maniera intenzionale consente di regolare il proprio rapporto con l'ambiente. richiede attenzione non giudicante, aumento dell'autenticità con connessione degli stati interiori e regolazione emotiva
5. **ryff, seligman, benessere psicologico:** il benessere non è solo sentirsi bene ma funzionare bene. Se dimensioni necessarie per raggiungere il funzionamento ottimale: 1. Accettazione di sé. 2. Relazioni positiva. 3. Autonomia. 4. Padronanza. 5. Scopo nella vita. 6. Crescita personale

Concezioni edonistiche: bilancio complessivo della vita in base alla valenza edonica dell'esperienze. Nonostante sia perseguita nelle società consumistiche, chi la persegue è male giudicato e immorale.

1. **Brickman e Campbell, teoria dell'adattamento:** la felicità è un'esperienza di piacere transitorio e poi diventa una condizione neutra diventando un obiettivo sfuggente. Sostengono che sia un livello base della felicità (set point) stabilito geneticamente delle prime esperienze di vita e qualsiasi evento positivo o negativo, sposta soltanto temporaneamente la felicità, ma la capacità di adattamento la riporta a livello base. La vita affettiva si può rappresentare con un grafico a due dimensioni con l'asse orizzontale del tempo e l'asse verticale dell'intensità del tono affettivo. Il meccanismo di esattamente condanna l'uomo a uno stato di perenne insoddisfazione con ricerca di stimoli sempre maggiori fino a far diventare la felicità una meta irraggiungibile e condizione di ricerca continua: hedonic treadmill
2. **Diener, lucas e scollon:** criticano l'idea della vita come condizione di neutralità affettiva e servono che vi sono studi che testimoniano che il tono affettivo globale tende al positivo. Una volta raggiunto un picco positivo, non si torna allo stato base ma un livello più alto. I livelli raggiunti di felicità sono poi modificabili ad esempio da eventi dolorosi e stressanti che determinano una riduzione di soddisfazione per la vita i cui effetti negativi perdurano.

Dagli studi emerge che i comportamenti di natura ionica prevalgono in termini di frequenza su quelli eudemonici.

Infelicità

Anche se ci si è dedicati allo studio della sofferenza, questo tema non è mai stato centrale. È inteso come malessere soggettivo insoddisfazione per la vita.

Freud, il disagio della civiltà: è un saggio in cui tenta di applicare i concetti della teoria della psicoanalisi all'ambito dei fenomeni sociali in cui affronta il tema della felicità e del rapporto con la struttura psichica dell'uomo. sostiene che l'individuo tende per natura, inseguire la felicità e lo fa cercando di evitare ciò che può essere fonte di dispiacere quindi il regolamento umano è guidato dal principio del piacere. Lo scontro con la realtà però rende la felicità, un miraggio e una meta irraggiungibile che si manifesta e scompare. Le cause dell'infelicità e la sofferenza ci minaccia da tre parti: -dal nostro corpo che si disferà, -dal mondo esterno -dalle nostre relazioni con gli uomini che è la causa maggiore perché l'infelicità è indotta dall'influenza esercitata dallo Stato della società. La società impone limitazioni alle pulsioni di base e il singolo per questo è sempre in conflitto, l'uomo

civilizzato deve soffocare i suoi sentimenti le sue pulsioni sessuali aggressive le inclinazioni alla violenza andando contro la natura che è composta dalla lotta tra pulsioni di vita (Eros) e morte (Thanos). L'uomo civile ha barattato parte della sua felicità per la sicurezza

Csiz.. paradosso della felicità: si domanda **If we are so rich why aren't we happy?** Critica alla cultura materialistica, causa principale dell'infelicità.. Cerca le cause dell'infelicità nella cultura nei valori e nella relazione che regola il benessere economico alla felicità. capisce che nonostante i cittadini dei paesi alto sviluppo industriale hanno condizioni di vita favorevoli sono infelici o meno felici di chi vive socialmente peggio. Comprende che essere ricchi non vuol dire essere felici. I livelli di crescita economica dunque non hanno rapporto con i livelli di felicità. Con l'analisi degli studi di Brickman che mette a confronto i livelli di felicità e di gruppi di 22 cittadini americani che hanno vinto la lotteria e 24 persone vittime di incidente comprende che Benny non assicurano la felicità e questo è il paradosso. Le tre ragioni a cui ricondurre il paradosso sono: 1. Il volere sempre di più causata dalla spirale del desiderio analogo al fenomeno del treadmill. 2. Disuguaglianza economica per le condizioni sempre migliori e ciò provoca insoddisfazione invidia 3. Il denaro non soddisfa valori e bisogni psicologici. Per sfuggire al paradosso, bisogna impegnarsi in attività di flow.

Freud ha una visione più pessimistica, l'uomo per lui non può raggiungere la felicità piena ma aspirare una soddisfazione parziale dei suoi bisogni mentre nel secondo caso la civiltà moderna ha una ricchezza di stimoli che sono da una parte consumistici e anche una fonte di distrazione e che ci portano alla ricerca ossessiva di piaceri esterni, ma dall'altra è anche un ambiente di potenziale che offre sfide opportunità per sviluppare e abilitare e raggiungere stati di flow. Una visione ottimistica orientata alla realizzazione del sé.

1. Filoni di ricerca della psicologia positiva

Studia i fattori biologici, sociali, psicologici e culturali associati a felicità e infelicità

1. Genetica comportamentale: studia come fattori genetici interagiscono con quegli ambientali nell'influencare lo sviluppo psicologico. Vengono fatte delle ricerche sui gemelli omozigoti e eterozigote ed emerge che il patrimonio genetico rappresenta il 50% dell'influenza dell'individuo e il 50 restante è riguarda la società e la cultura
2. Fattori culturali, economici, politici e storici: riguarda il livello di sviluppo economico (Pil) e la sua associazione ai livelli di felicità. Si comprende che la ricchezza economica del paese non sempre impedisce un livello di felicità e che la qualità della società migliora dalla maggiore percezione della libertà che è influenzata dai livelli di democrazia del paese. Poi l'orientamento individualistico riporta livelli più alti di benessere rispetto al collettivista, anche se non è sempre così perché cittadini di società collettivista possono essere più felici.

Esperimento di **veenhoven** del 2023: cerca di analizzare comparativamente la felicità dei cittadini delle diverse parti del mondo creando il **Word database of happiness** che è un archivio creato per riunire le ricerche sulla felicità condotte nel mondo. calcola i valori medi di soddisfazione per la vita riferiti ai cittadini di 160 paesi europei. Emerge che il paese con il livello di soddisfazione più alta sia la Danimarca con 8,2, la Tanzania è il più basso con 3,8 e l'Italia è sette. si domanda poi da che cosa dipende e analizza le caratteristiche culturali dei paesi. si rende conto che ha influenzare il modo di vivere la felicità è: 1. L'orientamento culturale (individualista collettivista) 2. Lo sviluppo economico 3. E i fattori socio ambientali di carattere socio politico che riguardano la libertà e la democrazia.

3. Fattori psicologici: la personalità che è l'insieme delle disposizioni affettive cognitive e comportamentali che definiscono il profilo psicologico. le teorie dei tratti della personalità sono chiamate fattoriali e vi sono due approcci di riferimento:

1. la teoria della personalità di Eysenck che vede la personalità come la sintesi di estroversione (socievolezza), nevrotici (ansietà e irrequietezza) e psicotici (aggressività e antisociali)

2. **Il modello dei big five di dygman:** che oltre all'estroversione e al nevrotici Ismo le dimensioni della gradevolezza (legata all'altruismo alla solidarietà e all'empatia), la coscienziosità (diligenza), l'apertura all'esperienza (curiosità intellettuale)

4. Fattori socio-demografici: Come l'età, il livello di istruzione, il reddito che hanno scarsa influenza rispetto alla condizione lavorativa e allo stato civile. le persone sposate riportano a livelli di felicità e soddisfazione più alti rispetto a versione separate divorziate o vedove. Il matrimonio e la costruzione di un nucleo familiare stabile rappresenta la forma di organizzazione che soddisfa i bisogni di attaccamento e bisogno affettivo e sicurezza economica dell'individuo. individui sposati seguono uno stile di vita sano e un'aspettativa di vita più alta rispetto a chi non è sposato.

Dagli esperimenti di **Lucas** viene dimostrato che il matrimonio di divorzio influenzavano in modo duraturo i livelli di soddisfazione e vi è una difficoltà di adattamento a questi

L'architettura del cambiamento sostenibile, lyubomirsky, Sheldon, schkrade: Alcuni cercano di comprendere quali fosse il peso dei diversi fattori sulla felicità, identificandoli come cause di essa, che agivano in modo indipendente. la felicità era influenzata da tre fattori: -la genetica 50%, quindi il livello base di benessere immutabile e incontrollabile a cui si torna dopo eventi positivi negativi, -le circostanze della vita 10% sono le condizioni oggettive stabili della felicità come la ricchezza e lo Stato civile e la salute e il sesso e l'età. Le persone credono che cambiando questa ad esempio, vincendo la lotteria si riesca ad arrivare a una felicità duratura, in realtà l'influenza minima a causa dell'adattamento ionico. -attività intenzionali messe in pratica deliberatamente 40%, la componente su cui l'individuo maggiore controllo, le azioni consapevoli come la gratitudine e l'aiuto agli altri sono l'unico fattore di aumento della felicità

Per ottenere un cambiamento sostenibile, bisogna mantenere e ricercare attività che siano variabili per sconfiggere l'adattamento, quindi sempre nuove, la cui motivazione intrinseca

Nell'altro esperimento emerge che le persone conducevano l'idea di felicità un gruppo di otto categorie: punti di forza mentali e tratti di personalità, privilegi personali, successi libertà nella vita e nel lavoro, su supporto sociale e autostima, sicurezza, ottimismo e soddisfazione.

2. Ricerca sulle emozioni della vita quotidiana

In un esperimento condotto in cui veniva chiesto quali emozioni mediassero la relazione tra individuo ambiente, con che frequenza si verificavano e se vi fossero più emozioni positive o negative, posto con un questionario sulle emozioni della vita quotidiana somministrato tramite intervista telefonica e con otto categorie di emozioni come risposta possibile la maggioranza degli episodi riportati riguardava le relazioni interpersonali o situazioni legate al lavoro e la gioia era l'emozione più provata. In un altro studio non ha proposto l'esperimento ma con un questionario Self report che aveva una domanda che chiedeva di narrare l'episodio avvenuto il giorno precedente e domande sull'emozione emotiva dell'evento i due terzi dell'esperienze erano negative mentre un terzo positivo. Anche dalla ricerca di Galati Sotgiu e lavagno emerge con un questionario proposto sei volte al giorno per sette giorni a un gruppo di 32 pensionati italiani che il bilancio di vita era prevalentemente positivo

Eventi stressanti e traumatici

L'aspetto della ricerca è lo studio degli eventi biografici che possono causare grande sofferenza e che hanno impatto sulla qualità della vita e sul benessere psicologico. Prima l'analisi delle conseguenze negative era legate all'esposizione mentre oggi all'interno della psicologia positiva l'interesse è per lo studio delle opportunità di trasformazione psicologica dei cambiamenti positivi che possono dare eventi stressanti o traumatici. alcuni benefici sono legati alla natura dell'evento stesso e alle conseguenze oggettive. Emerge una nuova idea della sofferenza come opportunità per crescere.

Evento **stressanti:** è un accadimento qualsiasi sia positivo come l'esempio il matrimonio, la nascita che negativo che determina cambiamenti nella vita, imponendo un carico emotivo e maggiore richieste rispetto alle normali

Evento **traumatico**: accadimenti che possono causare gravi sindromi psicopatologiche come PTSD ed è una situazione di pericolo estremo in cui la persona ha assistito a eventi che hanno implicato o meno minacce come violenza sessuali

L'esposizione eventi traumatici, stressanti e associata a un peggioramento significativo della qualità della vita, del benessere psicologico della salute. È associata a cambiamenti nello stile di vita con adozione di comportamenti a rischio per la salute come assunzione di droghe.

1. Studi di **afleck**: intervista 287 persone con problemi **cardiovascolari**, chiedendosi al di là della malattia vedessero bene benefici e possibilità ed emerse che quasi il 60% identificava come conseguenza positiva connessa alla malattia e l'aver compreso l'importanza di seguire stili di vita sano, una vita meno frenetica e l'apprezzamento delle piccole cose
2. Con gli studi di **mcmillen** in cui veniva chiesto alle donne che avevano subito storie di **abuso** sessuali infantile si trovassero benefici e emerse che quasi la metà delle donne intervistate individuava cambiamenti positivi come il comprendere, insegnare ai figli a riconoscere e evitare situazioni di possibile molestia, una maggiore consapevolezza e sicurezza di sé e nel gestire le relazioni con gli altri.

Sostanzialmente ciò che è cambiato in queste persone è il loro modo di relazionarsi agli altri, quindi riscoprendo valori nei rapporti umani e una maggiore sensibilità, cambiamento nella propria immagine di sé e quindi il sentirsi più consapevoli delle forze e risorse personali e una maggiore capacità di coping, e la visione complessiva della vita con una ridefinizione dei valori

Il concetto di crescita nell'avversità o **crescita post traumatica** si distingue da quello della resilienza perché gli individui che crescono dal trauma presentano livelli poi di felicità più elevati, mentre le pressioni resilienti che mettono solo in atto delle risposte adattative si limitano poi a tornare al loro livello di funzionamento psicologico dunque, l'evento traumatico implica un aumento dei livelli di felicità e benessere soggettivo.

Non è detto però che tutti riescono a ricavarne dei benefici, perché questo dipende da tratti di personalità come estroversione o ottimismo, dalle nostre strategie di fronteggiare gli eventi, e dai processi di rielaborazione cognitiva del significato.

Come essere felici

Riguardo la possibilità delle persone di modificare il corso naturale della vita per raggiungere la felicità. la psicologia positiva sostiene che tutti gli individui possono essere felici e possono migliorare le proprie condizioni.

1. **Fredriksson** sostiene che la felicità di prendere la capacità di coltivare quotidianamente emozioni positive (**broaden and build theory**)
2. **Csizk...**: riteneva che per essere felici, bastasse dedicarsi quotidianamente a attività che avessero un significato per l'individuo
3. **Fordyce** testa l'efficacia di programmi di intervento finalizzati a incrementare la felicità. invita a seguire strategie cognitive comportamentali che avrebbe dovuto rendere felici con 14 istruzioni che implicavano i cambiamenti nei comportamenti quotidiani come investire il tempo nelle relazioni sociali e sviluppare personalità estroverse. Ed emerse che effettivamente i livelli di soddisfazione erano maggiori e che dunque con delle istruzioni adeguate tutti potessero essere felici.
4. Lyubormisky: anche questo studioso propone un programma di incremento della felicità di otto settimane per verificare l'efficacia pone due attività: il pensiero in modo ottimistico al futuro ed esprimere sentimenti di gratitudine. Si comprende che perché l'intervento fosse efficace le attività di formazione della pubblicità dovevano essere riconducibili alla natura del compito, i partecipanti dovessero essere motivati impegnarsi.

5. **Seligman** è il più fiducioso nelle potenzialità benefiche e negli interventi di promozione e sostiene che ciò potrebbe portare l'umanità intera nell'arco di 10 anni è una condizione di prosperità definita fioritura.

Il dibattito riguarda il fatto che per alcuni è lecito proporre strategie comportamentali e abitudini e modalità di pensiero pazienti per assicurare la felicità, quindi si propongono forme di intervento psicologiche rivolte al più ampio numero di persone, ma i problemi nel proporre e nel promuovere la felicità sono il fatto che: -superata una soglia di livelli di felicità alti portano a esporsi a situazioni di pericolo -ricercando costantemente la felicità che si interfaccia anche con delusioni e frustrazione -e il fatto che la psicologia non nasce per imporre o offrire suggerimenti o ricette che guidino gli individui che dovrebbero essere liberi di fare quello che vogliono. Tanto più la ricerca della felicità è un aspetto della vita che attiene ai valori di una persona che non devono essere imposte da nessuno.

I programmi di promozione però non devono essere abbandonati perché migliorano la qualità della vita della società e devono scegliere come destinatari, chi vuole coltivare e aumentare il benessere psicologico, rispettando la libertà di agire e pensare e essere felice o di non esserlo

Belli, studiare le emozioni

Con questo libro vuole mappare le strategie usate per studiare le emozioni con una visione critica per superare la visione tradizionale e analizza le emozioni nel contesto culturale e digitale, considerando i fattori come potere e cultura e disuguaglianze e un approccio sociale all'emozione. Ritiene che le emozioni sono comprese solo facendo riferimento al contesto sociale e le emozioni sono fonte di trasformazione sociale.

Il libro è diviso in cinque capitoli svolti e che rappresentano delle transazioni o punti di svolta nello studio delle emozioni:

1. Svolta discorsiva.
2. Svolta socio materiale e il concetto di affordance
3. Svolta digitale e l'impatto nei diversi ambiti della vita e in modo in cui le tecnologie modificano il nostro modo di interagire creando delle nuove forme di relazioni sociali
4. Svolta sociale e l'importanza della collettività e della condivisione delle emozioni nella società con analisi del contagio emotivo nei gruppi e ruolo di sincronizzazione emotiva e emozioni collettive
5. Svolte a manageriale o gestionale che il legame tra la gestione delle emozioni trasmesse nel contesto lavorativo e professionale.

Svolta discorsiva

"l'espressione non descrive una realtà preesistente, ma la crea nel momento stesso"

Butler e Harre negano che vi sia una realtà prima dell'atto

Le emozioni esistono e prendono forma attraverso le dinamiche discorsive, il linguaggio modella e trasmette le emozioni non è solo un modo per descrivere ma ha un ruolo nella costruzione e nell'interpretazione. Ci permette di parlare delle emozioni come qualcosa che può essere comunicato. La psicologia critica di Harre ricostruisce l'idea delle emozioni come entità innate fisse dicendo che sono costruzioni discorsive sociali create e modellate attraverso il linguaggio e le pratiche sociali. Dunque, il significato dell'emozione è legato a norme e valori della società e l'emozione è un'invenzione culturale. Le persone hanno la possibilità di scegliere come descrivere, dare senso alle proprie emozioni.

secondo lui le emozioni sono legate alle parole che le definiscono e alle nostre storie, le narrazioni e vengono interiorizzate attraverso pratiche sociali discorsive. un aspetto universale del linguaggio delle emozioni è l'aspetto corporeo (costruttivismo a base corporea), secondo studiosi come **wierzbicka** che elabora quello che è il **meta linguaggio semantico naturale** (nucleo di significati di base universali espressi con comunicazione non verbali), il linguaggio delle emozioni è radicato in esperienze corporee e in una semantica condivisa che trascende le forme

linguistiche apprese. In ogni lingua esistono parole che denotano stati interiori e espressioni facciali, confermando il valore intrinseco tra corpo e emozione. Il nucleo universale di significati che si manifestano in tutte le lingue con 65 termini condivisi che corrispondono a ciò che **leibniz** definisce l'**alfabeto dei pensieri umani**, sono termini che hanno la grammatica intrinseca universale e possono combinarsi in lingue differenti per permettere frasi traducibili nei diversi contesti.

Ci si domanda se il modo di parlare cambia da cultura cultura cosa è universale: -le lingue hanno una parola per sentimento -le emozioni si possono categorizzare in tutte le lingue in piacevoli o spiacevoli -sono sempre associate alle sensazioni del corpo

Le emozioni sono localizzate nel linguaggio o accessibili attraverso il linguaggio?

Russell ritiene che il linguaggio è uno strumento descrittivo e l'emozione viene costruita usando i concetti linguistici per cui senza il linguaggio la parola prende forma e le emozioni sono localizzate nel linguaggio.

Secondo la Barrett quando sentiamo un sintomo fisiologico, abbiamo bisogno di dargli un senso altrimenti non si capisce che cosa si prova. Chi possiede un lessico ricco ha un'esperienza emotiva ricca. In questo caso, il linguaggio localizza l'esperienza per cui avere la parola permette di provare le emozioni.

Le emozioni che percepiamo come delle esperienze interne vengono esternate attraverso i racconti che fungono da resoconti causali, si ricorre alle narrazioni per descrivere una situazione e dare un senso all'esperienza, per modificarla o rafforzarla e sono strumenti per comprendere le emozioni giustifica e non ciò che apprendiamo. i resoconti hanno due funzioni: 1. Sono un mezzo per comunicare e rafforzare le proprie emozioni. 2. Strumento creativo per gestire le difficoltà emotive. I resoconti causali non hanno una causalità lineare ma sono esplicativi delle nostre emotività, quindi noi comprendiamo la nostra vita nei termini della narrazione.

goldie ci parla dei **modelli temporali** per cui le persone rivedono le emozioni passate con una prospettiva diversa e esterna con un'azione di ripensamento del passato che produce cambiamento nel presente e mettono le emozioni passate non è una prospettiva diversa e esterna con un reappraisal mettendo in discussione il mondo emotivo.

In questo capitolo si parla del movimento LGBT che con un sentimento iniziale di vergogna è riuscito grazie a processi di controllo emotivo che coinvolgono paure e rabbia a trasformare la vergogna in un'affermazione personale seguendo dei copioni sociali. **Butler** guarda le emozioni e non una prospettiva attraverso il concetto di **performance (gli atti formativi non descrivono nulla ma fanno accadere qualcosa, pronunciare qualcosa coincide con il compiere un'azione che cambia la realtà)**, come se le emozioni subissero una costante evoluzione pratica, sono prodotte da atti iterati dunque il dire qualcosa genera effetti e conseguenze. Secondo **Austin** vi sono tre tipi di **atti**: locutori: atto del dire qualcosa, -illocutori: l'intenzione comunicativa, -perlocutori: effetto che la frase provoca nell'altro e è per formativo quando il dire genera effetti concreti, assunzione di un impegno

Poi la Butler fa una riflessione sull'identità di genere sul loro essere costruito socialmente e culturalmente che muove dal concetto di formatività. sostiene che il genere non è una proprietà innata ma il risultato di una serie di atti tirati che nel tempo legittimo l'identità. la ripetizione è una rimessa in scena di significati socialmente stabiliti ed è una forma ritualizzata della loro legittimazione sociale. il senso comune dice che abbiamo un'identità interna che esternando ma la sua teoria sostiene che l'identità di genere è costruita da e nel linguaggio. Il genere si costruisce nel tempo in uno spazio condiviso attraverso la ripetizione di atti convenzionali. Ne sono un esempio la performance delle drag in cui la ripetizione delle norme che genera l'identità dell'io a tre dimensioni, ovvero: il sesso anatomico, l'identità di genere e la per performance di genere.

Noi ricerchiamo continuamente dei copioni sociali e a forza di ripeterli creiamo l'illusione che siano naturali interni. la performance emotiva è invece l'emozione come atto ripetuto (non piango perché sono triste piangendo e costruisco me stesso come soggetto triste)

Harre parla di **arena emotiva** (le emozioni e le parole che usiamo riferimento a queste cambiano nel tempo) che è il contesto sociale discorsivo all'interno del quale le persone agiscono dando significati e si assegnano a responsabilità e ruoli morali. Le emozioni sono atti sociali che hanno senso nell'arena che è governata da regole culturali morali. Trovare un'emozione è una prestazione (performance) che vuole comunicare la propria posizione morale nella situazione e serve a mantenere l'ordine sociale all'interno dell'arena. questa è costruita attraverso il linguaggio e le parole che usiamo per descrivere e giustificare le emozioni definiscono le azioni accettabili nell'arena.

La svolta socio-materiale

Si indaga come l'ambiente, la tecnologia influenzano le nostre emozioni

Norman nel 1999 elaborò il concetto di **affordance** che sottolinea la relazione tra soggetto oggetto. Questa dipende anche dalla nostra capacità di rispondere alle proprietà dell'oggetto, è la possibilità d'azione che un oggetto offre un soggetto in base alle caratteristiche dell'oggetto del soggetto ed è un'opportunità dell'ambiente. Uno strumento un ambiente può essere progettato con una funzione e poi può essere utilizzato per un'altra come il MACBA. Le affordance infatti non sono fisse ma possono evolversi in base alle necessità e agli obiettivi.

Le emozioni infatti non sono solo interne, ma emergono nell'interazione con l'ambiente e gli oggetti modificano l'esperienze emotiva. il soggetto può scegliere in base ai propri obiettivi tipo di proprietà più utile tra quelle offerte dall'oggetto e il livello di utilità è legato a: struttura fisica dell'oggetto, -significato attribuito all'oggetto, -il contesto in cui è collocato Un'affordance, tale solo quando è in grado di guidare l'azione. Le emozioni sono affordance intenzionali e riguardano il nostro modo di rispondere in modo proficuo per cogliere le proprietà sociali.

Parchoma parla di **affordance tecnologica** e studia come la tecnologia crei nuove forme di relazioni sociali poiché non è l'uomo (prospettiva determinista tecnologica) a usare l'oggetto ma è l'oggetto che struttura la relazione dell'umano.

Si parla di **affordance emotiva** (incorporazione delle emozioni negli strumenti emotivi, gli strumenti decidono quali emozioni si possono provare a condividere, progettando le nostre emozioni) per descrivere le caratteristiche emotive degli oggetti tecnologici e la loro possibilità di far sperimentare stati emotivi agli utenti dall'interazione con lo strumento tecnologico. Gli utenti nel contesto digitale non creano nuove modalità di comunicazione ma adattano altri tipi della comunicazione analogica a questi. La connessione emotiva è diversa in base agli strumenti tecnologici utilizzati. La ricerca ha dimostrato che sui social c'è una tendenza a condividere più emozioni positive per la questione di desiderabilità sociale rispetto a quelle negative che sono percepite inappropriate verso gli estranei. gli spazi digitali diventano una risorsa emotiva che portano però a una felicità obbligatoria e a un conformismo emotivo

L'interazione tra uomo e tecnologia è determinata dalle emozioni vissute dagli utenti connessi. L'obiettivo sarà quello di costruire strumenti e ambienti digitali che tengano conto delle aspettative delle percezioni emotive degli utenti.

Teoria dell'interazione:

Sono i soggetti a controllare le caratteristiche dei media o questi a determinare i propri utenti

1. Determinismo tecnologico di McLuhan afferma che i media siano estensioni degli organi di senso dell'uomo. ogni medium è un'influenza diretta e quasi automatica sull'utente e modifica il suo modo di percepire il mondo e influenza il contenuto del messaggio trasmesso. i media si distinguono in base ai canali sensoriali impegnati a livello di definizione dei messaggi in media: caldi (info dettagliate su un unico canale), freddi (molteplici canali sensoriali e il messaggio meno definito). Sostiene che la genesi di un medium ha un'origine psicologica e il medium nasce con uno scopo, produce un effetto specifico sull'utente indipendentemente dal contesto e agisce sempre su questo
2. Costruzioni sociale di Williams: il medium è il prodotto di un processo socio culturale e non esiste un medium universale con effetti invariabili perché il suo impatto varia in base al contesto sociale. non vi sono universali ma situati. La genesi del medium psicosociale, -il

medium a un obiettivo che poi può essere utilizzato diversamente, -gli effetti di questo sono diversi in base al contesto, -l'effetto è legato all'accettazione del gruppo.

I media modificano e sono modificati dalle pratiche dell'interazione sociale. La tecnologia penetra all'interno della società e si consolida all'interno dell'uso quotidiano passando da determinate determinate. con i media digitali il ruolo del corpo si modificano nell'interazione: il soggetto disincarnato per il suo interlocutore e l'utente si identifica con il contenuto del linguaggio e il messaggio acquisisce propria autonomia separandosi dal contesto del corpo.

Modello transteorico degli stadi del cambiamento, prochaska: si basa sull'assunto che ogni cambiamento avvenga per il soggetto attraverso sei fasi.

1. Precontemplazione (il soggetto non percepisce di dover cambiare).
2. Contemplazione: approccio ambivalente al cambiamento, perché riconosce il problema, non ha impegno
3. Determinazione: inizia ad aprirsi all'idea di un cambiamento e vedendone una possibilità
4. Azione con azioni concrete
5. Mantenimento: cambiamento consolidato nel tempo
6. Possibile ricaduta con ritorno alle vecchie abitudini

Questo modello sottolinea il cambiamento non è un evento improvviso e graduale e ciclico e influenzato da diverse variabili.

La svolta digitale

La trasformazione digitale ha influenzato il modo in cui interagiamo creando nuove tipologie di relazioni sociali. esplora come la digitalizzazione abbia impatti sulla sfera affettiva e come abbiano ridefinito le nostre esperienze emotive e trasformando le emozioni in pratica orientate al consumo e alla performance. se smettiamo di seguire questi schemi emotivi imposti su isolamento disagio.

Il contesto digitale ha inventato degli strumenti per comunicare le emozioni in assenza del corpo ma le emozioni espresse pubblicamente sono meno intense di quelle intime. Il pubblico definisce il contesto sociale dell'interazione quindi il contenuto proposto a plasmato dall'utente. Manifestare pubblicamente lo Stato emotivo porta un aumento di sensazioni di benessere l'emozione diventa all'interno degli strumenti tecnologici un capitale da gestire, un bene da consumare non più stato d'animo ma un obbligo sociale. essere infelice infatti ha un fallimento morale nella società della performance. l'uso dei social facilita il mantenimento delle relazioni e aumenta le fonti di supporto sociale ma il digitale accelera e accentua la precarietà dei legami affettivi, perché incide sull'autostima.

Gli utenti spesso hanno bisogno dell'approvazione degli altri per sentirsi accettati. Ciò li porta ad agire in modo diverso da quanto farebbero se fossero nel mondo analogico. Per alcuni in realtà poi condividere le emozioni negative favorisce rafforzamento di legami intimi.

Gli ambienti digitali con le modalità di gamification eliminano lo stress fisico e emotivo del mondo analogico, per esempio incontrare l'amore è più veloce nel mondo digitale rispetto che di persona. La scelta è trasformata in un meccanismo di scarto veloce riducendo la riflessione e la profondità dell'incontro. Alcuni infatti parlano della nostra generazione come una generazione Tinder riluttante a impegnarsi sia incapace di farlo che mette da parte l'amore e abbraccia il sesso occasionale. Gli appuntamenti divengono una mercificazione delle relazioni intime che riconducono alla sfera dell'intimità e una logica economica, quindi le piattaforme di incontri sono nei mercati della concorrenza. gli incontri diventano consumi di massa basati sull'abbondanza e gli utenti sono trasformati in consumatori incapaci di interagire, facendo sì che l'amore diventi liquido

In realtà, per alcuni lo spazio digitale non è tanto discostato da quello analogico perché ugualmente ciò che avviene nel digitale delle ripercussioni sul nostro modo di intendere le emozioni. È importante però che le emozioni che proviamo online siano moderate e integrate dalle interazioni off line.

La svolta sociale

Fa un'analisi della dimensione sociale e collettiva delle emozioni, come vengono condivise, il contagio emotivo e la collettività delle emozioni. Le emozioni collettive sono le manifestazioni di

sentimenti condivisi, il risultato dell'agire del sentirsi come gruppo, è la mente di gruppo che collabora. I sentimenti condivisi sono vissuti con una coscienza plurale e il gruppo diventa un agente intenzionale in cui gli altri si identificano. Questo determina maggiore coesione integrazione sociale e l'approvazione delle credenze dei valori socialmente percepiti.

Le emozioni collettive impattano sulla società, ad esempio attraverso i movimenti sociali, come fridays for future, in cui i membri hanno attaccamento emotivo abitato sulla fiducia nel collettivo e nell'azione congiunta e incoraggiano la coesione e all'adesione delle norme pre sociali. Nel we mode vi è una coscienza plurale che rafforza l'identità collettiva. L'esperienza della danza contemporanea ci permette di comprendere come le emozioni individuali si trasformino in emozioni collettive (trasformazione dei tratti assegnati al gruppo dall'esterno, dove performance)

Van kleeft cote studia il contagio emotivo e il modo in cui le emozioni si diffondono attraverso l'imitazione. Questo è un insieme di processi attraverso i quali chi lo osserva arriva a provare le stesse emozioni di chi le esprime per un riconoscimento e riproduzione delle emozioni che facilita l'interconnessione soggettiva. L'esperienza del proprio stato d'animo che cambia e viene intensificata dall'emozione degli altri può avvenire a livello cosci oppure involontariamente e inconsapevolmente come avvenne durante la pandemia.

Le emozioni dunque diventano degli atti socialmente apprese dall'osservazione e la società diviene pura imitazione in cui l'influenza può avvenire anche se entrambe le parti sono inconsapevoli. Durante il COVID-19 si è creato quello che è il fenomeno del contagio emotivo in cui i soggetti influenzavano in modo significativo le loro percezioni circa le loro decisioni, ad esempio per alcuni era importante restare a casa e veniva trasmesso questo messaggio. Le emozioni erano trasmesse attraverso canali e ciò sicuramente facilitato il contagio emotivo, influenzando i social.

Le pressioni in riferimento a questo fenomeno hanno adottato modi di comportamento diversi, passando dall'indifferenza alla responsabilità solidarietà e cultura civica. Gli individui cercavano di focalizzarsi sulle emozioni positive cercando di evitare o minimizzare quelle negative e si esponevano informazioni che rafforzassero il proprio punto di vista piuttosto che quello che lo mettessero in discussione. Baumann ci parla di paura liquida che è una paura diffusa e dispersa fluttuante non stabile che evidenzia l'angoscia collettiva in cui la preoccupazione ricorda non tanto il contagio in sé il nostro poter contagiare gli altri.

Si forma dunque un dolore condiviso che cerca di dare un senso alla perdita ed emerge un nuovo modo di resistere alla crisi basato sulla questione della fiducia e sul riconoscimento dei comportamenti responsabili cittadini e la fiducia nei referenti istituzionali e nelle autorità. La condivisione delle informazioni è favorita la resilienza. La situazione di crisi ha richiesto la società di condividere esperienze e rendere socialmente visibili le proprie emozioni rafforzando l'identità collettiva.

Svolta manageriale, lavorare con le emozioni

Fa un'analisi delle emozioni nel contesto professionale, concentrandosi sul mondo accademico della ricerca scientifica esplorando la dimensione emotiva delle strategie utilizzate dai ricercatori per collaborare e cooperare tra loro. Le emozioni diventano strumenti funzionali al raggiungimento degli obiettivi aziendali. Le aziende si servono di un dispositivo imprenditoriale che permette di creare delle storie su se stessa per legittimarsi consolidare il proprio ruolo e ciò include drammatizzazione e esaltazione della storia della dell'azienda creando un'immagine positiva presso sollecitare il successo dei soggetti.

La diffusione della retorica aziendale porta ad abbracciare il pensiero positivo ciò che viene definito volontarismo magico se vuoi puoi spingendo verso l'auto sfruttamento. Passione creatività sono capitalizzate dall'istituzione per aumentare la produttività. La società odierna si spingesse produttivi al lavoro e fuori e ciò porta un'auto sfruttamento, ritmi di lavoro eccessivi e affermazione di un Ethos sacrificale. Il lavoratore deve comportarsi come un'impresa.

La cultura dell'eccesso e l'effetto di pratiche di gamification per migliorare la prestazione e rafforzare l'impegno con dinamiche del gioco tra cui premi livelli e benefit porta proprio a quest'auto sfruttamento senza rendersene conto coscientemente. Al lavoratore ha richiesto

identificazione ed edizione nei confronti con l'attività svolta e cooperazione socialità usate per essere produttivi, collaborazione efficace: interdipendenza sia all'interno che all'esterno nel gruppo. Mirano a rafforzare la creatività e la sostenibilità dei rapporti, le emozioni che emergono dall'ambiente di lavoro non sono da reprimere ma da gestire in maniera efficace.

Viene incoraggiata la collaborazione, ma il sistema premia il successo individuale e ciò che ha contraddizioni rivalità e il leader deve mediare tra l'interdipendenza e l'ambizione dei singoli. I ricercatori traggono motivazioni e soddisfazione personale dal coinvolgimento emotivo che richiede il lavoro. Bisogna bilanciare le tensioni che sorgono nelle relazioni autonome e generare un ambiente che motivi il dialogo e la socialità come fonti di creatività. Maggiore è il coinvolgimento emotivo nel lavoro maggiore sarà la motivazione soddisfazione personale. L'ambiente che favorisce il dialogo, la cooperazione influisce sul benessere sulla produttività.

Un ambiente lavorativo ottimale deve mirare al: dialogo e socialità, riduzione di sentimenti di rivalità e competizione distruttiva, concentrazione e autonomia, fiducia reciproca rafforzata vicinanza emotiva